

Univerzita Karlova

Filozofická fakulta

Ústav informačních studií a knihovnictví

Studijní program: Informační studia a knihovnictví

Bakalářská práce

Dominika Růžičková

Trendy v oblasti prezentace starší knižní kultury na sociálních sítích

The Trends in Older Book Culture in Social Networks

Vedoucí práce: Mgr. Jindřich Marek, Ph.D.

Praha 2020

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracovala samostatně, řádně citovala veškeré použité prameny a literaturu a že práce nebyla předložena jako splnění studijní povinnosti v rámci jiného studia nebo předložena k obhajobě v rámci jiného vysokoškolského studia či k získání jiného nebo stejného titulu.

V Praze, dne:

.....

podpis autorky

Dominika Růžičková

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucímu této bakalářské práce Mgr. Jindřichu Markovi, Ph. D. za odbornou pomoc, vedení, konzultace i cenné rady. Dále bych chtěla poděkovat také Mgr. Eriku Fabiánovi a Mgr. Radce Růžičkové, rodině a přátelům za pomoc i podporu.

Abstrakt

Bakalářská práce se zabývá problematikou zveřejňování příspěvků s tématem starší knižní kultury na sociální síti Twitter. Cílem této práce je zmapování trendů v oblasti prezentace starší knižní kultury. Účty na Twitteru jsou pro účely této práce rozděleny na skupiny, podle provozovatele (institucionální a soukromé) a podle typu zveřejňovaných příspěvků (informace týkající se akcí, knihoven a jiných událostí spojených se starší knižní kulturou; fotografie; statusy). Analýza Twitterových účtů byla provedena zkoumáním příspěvků těchto účtů po dobu jednoho roku. Samotný výzkum daných účtů proběhl podle rozdělení do skupin, které je zmíněno výše. Bylo přihlédnuto k tomu, že každý z účtů může spadat do více kategorií. Výzkum se zabýval především hodnocení četnosti příspěvků a jejich dopadu, sdílení a okomentování příspěvků.

Klíčová slova: starší knižní kultura, sociální síť, trendy, Twitter

Abstract

The presented Bachelor thesis deals with the publication of contributions on the social network Twitter which discuss the topic of older book culture. The aim of this thesis is to outline the trends in the field of presentation of older book culture. In order to fulfill the project of this thesis, Twitter accounts are divided into groups: according to the operator (institutional and private) and the type of contributions published (information concerning events, libraries and other events related to older library culture; photographs; database of other published contributions). The analysis of Twitter accounts was carried out based on of an annual examination of these accounts. The actual research of the accounts was undertaken based on of their division into groups mentioned above. It was taken into account that each of the accounts can fall into multiple categories. The research was focused mainly on the evaluation of the frequency of contributions and their impact, the way they were being shared and commented.

Key words: older book culture, social networks, social platform, trends, Twitter

Obsah

1. Úvod	6
2. Sociální sítě.....	7
2.1 Nová média.....	8
2.2 Masová média	9
2.3 Statistiky uživatelů sociálních sítí a internetu	9
2.4 Historie sociálních sítí.....	10
2.4.1 Flickr.com	11
2.4.2 Facebook	12
2.4.3 Twitter	14
2.4.4 Instagram.....	16
2.4.5 Další sociální sítě	18
3. Knižní kultura.....	19
3.1 Role knižní kultury ve společnosti	20
4. Výzkumná část.....	21
4.1 Vybrané zkoumané účty.....	21
4.1.1 Checklist sledovaných kritérií.....	22
4.2 Měření výsledků	23
4.3 Popis účtů Twitter	26
4.4 Tabulka srovnání jednotlivých účtů.....	34
4.5 Analýza	37
4.5.1 Převažující obsahová náplň účtu	37
4.5.2 Vlastník/správce účtu	40
4.5.3 Počet sledujících	44
4.5.4 Počet příspěvků	46
4.5.5 Jazyk příspěvků účtu.....	48
4.6 Shrnutí	49
5. Závěr	51
6. Slovník užitých pojmů.....	52
7. Seznam tabulek a obrázků.....	53
8. Zdroje.....	54
9. Seznam příloh.....	67
10. Přílohy.....	69

1. Úvod

Jako téma k vypracování své bakalářské práce jsem si zvolila problematiku trendů na sociálních sítích, s bližším zaměřením na sociální síť Twitter. Toto téma jsem si zvolila z důvodu svého osobního zájmu o sociální sítě, které se ve společnosti těší stále více narůstající oblibě.

V teoretické části se práce věnuje popisu a definici samotných sociálních sítí, jejich užívání a jejich rozboru, dále popisu a rozboru starší knižní kultury, včetně snahy o její rozdělení do jednotlivých období.

Úkolem praktické části je analýza uživatelů a příspěvků o starší knižní kultuře na sociální síti Twitter. K porovnávání vybraného okruhu účtů jsou účty rozděleny podle: názvu, převažující obsahové náplně účtu, vlastníka účtu, roku založení účtu, počtu sledujících, počtu příspěvků, struktury příspěvků, tématu popisků, které jsou součástí zveřejňovaných příspěvků a v jakém jazyce je příspěvek napsán.

Cílem práce je zjištění situace v oblasti prezentace příspěvků i samotných účtů se zaměřením na starší knižní kulturu, porovnání trendů, které v této oblasti převládají a analýza příspěvků.

Z důvodu možného dosažení zvoleného cíle jsou zvoleny kvalitativní i kvantitativní metody porovnávání jednotlivých prvků příspěvků i účtů. Pro účely kvantitativního výzkumu je vytvořena tabulka s vypsány náležitostmi účtů. Pro kvalitativní část výzkumu jsou účty rozděleny do výše zmíněných kategorií, které pak jsou porovnávány a blíže zkoumány.

Teoretická část

2. Sociální sítě

Česká terminologická databáze knihovnictví a vědy (2014) definuje pojem sociální síť jako službu internetu, která umožňuje svým členům vyrábět buď úplný, nebo částečný profil, dále jako službu, která umožňuje navazovat virtuální vztahy, komunikovat s jinými uživateli, sdílet společně různá sdělení, videa, fotografie a podobné aktivity. (Arnoldová, 2016; Burns, 2017)

Česká terminologická databáze knihovnictví a vědy (2014) také uvádí, že, „...*Většinu obsahu sociálních sítí vytvářejí samotní uživatelé. Sociální sítě virtuálně propojují různé osoby a instituce na základě společných přátelských či pracovních vztahů nebo stejného zájmu (Sociální síť, KTD - Česká terminologická databáze knihovnictví a informační vědy (TDKIV), 2014).*“Definice, která je podle webové stránky Merriam-Webster zní: „...*forma elektronické komunikace (příkladem weby sociálních sítí a mikroblogy), prostřednictvím nichž uživatelé vytváření online komunity určené ke sdílení informací, nápadů, osobních zpráv a dalšího obsahu (například videa)*“.

Ekvivalentními termíny pro označení sociální sítě jsou české pojmy jako společenská síť, komunitní síť, internetová sociální síť, online sociální síť, webová sociální síť. Anglickými ekvivalentními termíny jsou internet social network, online social network, virtuál social network, community network. (Arnoldová, 2016; Burns, 2017; Havlová, 2003; Terrel, 2015)

Také Eflerová, 2016 uvádí, že sociální síť je komunikačním médiem mezi dvěma, více, nebo celou skupinou aktérů, mezi nimiž vzniká síť vztahů. Sociální sítě jsou také vnímány jako služba, vytvářející na dané internetové platformě virtuální sociální vazby a vztahy, jejíž prostřednictvím mohou aktéři komunikovat v uzavřeném systému, nebo veřejně – pomocí sdílení svých aktivit, příspěvků a jiného mediálního obsahu. (Arnoldová, 2016; Eflerová, 2016)

Podle Němcové se sociální sítě dají dělit do dvou kategorií podle sdíleného obsahu:

- 1) všeobecné sociální sítě – to jsou takové sociální sítě, které jsou určeny pro širokou veřejnost
- 2) oborové sociální sítě – sem patří sociální sítě určené pouze pro vybranou skupinu uživatelů, poskytující oborový obsah; dají se rozdělit na další tři podkategorie

- profesionální – profesionální sociální síť je taková síť, která sdružuje odborníky a učence určitého oboru

- populárně naučné – tyto sítě propojují uživatele se zájmem o určitý koníček nebo obor (neprofesionální)

- studentské – studentské sociální sítě jsou zaměřené na studium (Horvátová, 2016; Němcová, 2015)

Vytváření vztahů je pouze jeden z prvků komunity sociálních sítí. Dalšími prvky jsou doména (sdílené téma, důvod, proč zde uživatelé jsou) a sdílení informací (vzájemné sdílení informací, pro zapojení uživatele do komunity nutnost). (Libý, 2015; Opletalová, 2016; Studentová, 2019)

Komunitu uživatelů sociálních sítí můžeme shrnout pomocí čtyř bodů modelu Christophera Hoadleyho C4P:

- *Obsah*
- *Konverzace*
- *Propojení (informační kontext)*
- *účel (Winkler, 2014, str. 17)*

(Hoadley, 2005; Libý, 2015; Studentová, 2019)

Pro tvorbu, archivaci a vyhledávání obsahu jsou také důležité nástroje. Jedním z nástrojů je konverzace. Konverzace je klíčovým procesem sociálních sítí. Dalším nástrojem je Propojení, jinak také kontext, který je mezi uživateli pro budování komunity velmi důležitý prvek. Účel je z těchto prvků centrem komunity. (Hoadley, 2005; Studentová, 2019; Winkler, 2014)

Historie sociálních sítí nesahá příliš hluboko, za první sociální sítě můžeme považovat služby zprostředkovávající zasílání zpráv. Například je to ICQ. Oproti dnešnímu pojetí sociálních sítí ovšem byly původní sítě v jednom bodě jiné – byla to pouze komunikace mezi dvěma určitými stranami, neviditelná pro stranu třetí. (Eflerová, 2016; Opletalová, 2016)

2.1 Nová média

Společně s pojmy sociálních sítí, médií a termíny komunikace často také narazíme na pojem nová média. Nová média podle webových stránek Southeasternské univerzity znamenají: “... digitální média, která jsou interaktivní a poskytují obousměrnou komunikaci. (What Is New Media, 2016)“. Samotný pojem média je dnes používán velmi často. Užívá se v kontextu se sdělovacími prostředky, jakými jsou například rádio, televize, noviny, ale i zmiňované sociální sítě. Výsledný význam tohoto slova by šel nejlépe přirovnat k termínu sdílení –

jmenované sdělovací prostředky tedy získaly pojmenování podle tohoto významu. (Šilhan, 2015; Winkler, 2014)

Média můžeme rozdělit na primární a sekundární. Primární média jsou zprostředkovatelé informací, sekundární media jsou objekty, pro které jsou informace určeny a může je sdílet či jinak reprodukovat. (Winkler, 2014; Witkovská, 2013)

Pojem nová média je hodně proměnlivý, váže se na časové období. Dnes se pojmu nová média dávají za příklad různé formy digitálního a online obsahu – digitální fotografie, sociální sítě. Vznik těchto médií se pohybuje kolem čtyřicátých let 20. století. (Tyma, 2015; Winkler, 2014)

2.2 Masová média

Masová média spadají pod sdělovací prostředky a sekundární komunikační média, která byla popsána již výše. Tento pojem je často prezentován v různých příkladech (tisk, televizní vysílání, internet, aj.) v různých typech projevů. Masová média jsou určité formy sociální komunikace, jež mají některé společné rysy. (Witkovská, 2013)

Winkler, 2014 tyto charakteristické rysy sepsal následovně:

- *téměř neomezená dostupnost*
- *obsahy jsou použitelné pro koncového uživatele*
- *pravidelné, nebo průběžné vkládání obsahu*
- *existence těchto forem komunikace je podmíněna zájmem a potřebami uživatelů*
(Winkler, 2014, str. 12)“

Společnými prvky masových médií jsou: velká rozmanitost, obsahová univerzalita, popularita v očích veřejnosti. Hlavní a důležitou složkou těchto médií související také s její popularitou ovšem není dostupnost, ale aktuálnost obsahu, který produkují. Nezáleží, zda je tento obsah publikován často v krátkých úsecích (denní tisk) nebo zda je to typ průběžného média (televize, internet, aj.). (Winkler, 2014; Witkovská, 2013)

2.3 Statistiky uživatelů sociálních sítí a internetu

Michl, 2019 uvádí statistiky z českého prostředí, které se týkají uživatelů sociálních sítí a internetu. Několik z nich je uvedeno v následujícím textu.

- Celkový počet uživatelů internetu - 7 milionů (tj. 80,7 %, věk uživatelů nad 16 let)
- Počet uživatelů používajících internet denně – 6,1 milionů (tj. 70 % z celkového počtu uživatelů, věk nad 16 let)

- Počet uživatelů internetu na sociálních sítích – 5,7 milionů
- Počet uživatelů internetu používajících mobilní rozhraní k prohlížení sociálních sítí – 4,8 milionů
- Průměrný čas za den strávený na sociálních sítích - 143 minut (Michl, 2019)

Sociální sítě

- Facebook – 5,3 milionů uživatelů celkem
- Instagram – 2,3 milionů uživatelů celkem
- LinkedIn – 1,6 milionů uživatelů celkem
- Twitter - 389 tisíc uživatelů celkem
- Snapchat - 615 tisíc uživatelů celkem (Michl, 2019)

Porovnání genderového rozdělení uživatelů sociálních sítí

- Facebook - 51 % uživatelů tvoří ženy, 49 % muži
- Instagram - 54 % uživatelů tvoří ženy, 46 % muži
- LinkedIn - 45 % uživatelů tvoří ženy, 55 % muži
- Twitter - 26 % uživatelů tvoří ženy, 74 % muži
- Snapchat - 65 % uživatelů tvoří ženy, 35 % muži (Michl, 2019)

2.4 Historie sociálních sítí

Předchůdce sociálních sítí nalezneme v minulosti. Lidé se vždy snažili komunikovat a udržovat kontakt, jedním z takových příkladů jsou světelné signály, dopisy a vzkazy, nebo komunikace prostřednictvím poštovních holubů. Další předchůdce sociálních sítí bychom našli v armádě, u předchůdce Internetu. Pojem sociální síť existuje od roku 1954. (Arnoldová, 2016; Končol, 2014; Kšandová, 2016)

Za úplně první sociální síť, která byla spuštěna v roce 1997, můžeme považovat SixDegrees. Jejím zakladatelem byl Andrew Weinreich, který tehdy pracoval jako právník a finanční analytik. Jeho tehdejší práce mu pro vznik dané sociální sítě byla velkou inspirací. Základní myšlenkou bylo, že právě právníci, politici, investoři a jiní pracovníci podobných oborů spolu potřebují sdílet nejnovější trendy svých povolání i nejdůležitější otázky lidské společnosti a doby. Hlavní myšlenkou sociální sítě SixDegrees bylo, jak již její název napovídá, rozdělení skupin známých uživatelů této sítě do šesti skupin a pracuje s předpokladem, že tímto rozdělením se tak informace dostane ke každému, právě díky tomuto propojení. Existence této sociální sítě ovšem neměla dlouhého trvání, zanikla hned čtyři roky po svém založení

a byla nahrazena sociální sítí Friendster. (Arnoldová, 2016; Končol, 2014; Eflerová, 2016; O'Dell, 2011; Opletalová, 2016; What is SixDegrees. *SixDegrees*)

Sociální síť Friendster byla založena roku 2003 Jonathanem Abramsem. Tato nová sociální síť byla nová v tom, že spojovala přátele tak, jak se znali v reálném světě, neseznamovala nové uživatele. Friendster je považován za předchůdce všech dnešních sociálních sítí, mnoho tvůrců současných sociálních sítí se inspirovalo právě z Friendsteru. (Libý, 2015; Čeňková, 2014)

Friendster byl odstraněn 31. května roku 2011 s nabídkou uživatelům, že své profily, data, příspěvky a jiný obsah mohou převést na Flickr nebo Multiply. Snahy o obnovení této sociální sítě ovšem stále neskončily, přestože profily uživatelů již neexistují. (Arnoldová, 2016; Friendster Is The #1 Social Network for Adults and Youth In Malaysia. *How to Become an Entrepreneur*, 2015; Social Network Pioneer Friendster to Erase All User Photos, Blogs and More on May 31, 2011)

V nadcházejícím roce se k již známým sociálním sítím připojují další dvě sociální sítě: LinkedIn a MySpace. LinkedIn je považován za profesionální sociální síť, slouží k propojování odborníků na různé obory. Účty na této sociální síti nezahrnují jen soukromé uživatele, ale také firmy. MySpace se velice podobal Friendsteru, dovoľoval upravovat vzhled svého profilu, zpřístupňoval hry, horoskopy a možnost blogů. Taktéž dovoľoval uživatelům založit si profil pod pseudonymem nebo přezdívkou, ovšem uživatel mohl vystupovat i pod vlastním jménem. (Arnoldová, 2016; Čeňková, 2014; Eflerová, 2016)

O rok později od založení MySpace a LinkedIn zakládá Mark Zuckerberg největší sociální síť, kterou dodnes známe, Facebook. Facebook byl přesto zpřístupněn veřejnosti až o dva roky později, tedy v roce 2006. Ve stejném roce se k veřejnosti dostal i Twitter. (Arnoldová, 2016; Končol, 2014; Eflerová, 2016; Kšandová, 2016)

Sociální síť společnosti Google, která vznikla v roce 2012, byla poslední největší sociální sítí, která v roce 2019 zanikla kvůli problémům s bezpečností. (Arnoldová, 2016; Viktora, 2017; Šušič, 2011; Hutchinson, 2019; Opletalová, 2016)

2.4.1 Flickr.com

Sociální síť Flickr byla na oči široké veřejnosti přivedena společností Ludicorp (firma založena v létě 2002), přesto její úplný začátek nemůžeme s jistotou datovat. Původním nápadem této firmy nebyla sociální síť jako taková, ale internetová online hra Game Neverending. Z tohoto nápadu se postupně přecházelo k myšlence, jež zahrnovala možnosti vyměňovat, vkládat a komentovat fotografie uživateli sítě. V první, reálně existující verzi

Flickr se uživatel zaregistroval a prostřednictvím svého profilu mohl vyměňovat fotografie – pouhým přetažením mohl vložit až 50 fotografií o velikosti maximálně 500 kB. Ty si další zaregistrovaný uživatel mohl prohlédnout a reagovat na ně pomocí komentářů nebo chatu. Hlavní chybou této realizace byl podle Jandy, 2011 fakt, že pokud uživatel, který fotografie nahrál, nebyl online, nemohl žádný další z uživatelů jeho nahrané fotografie vidět a bylo tedy potřeba být neustále online. (Arnoldová, 2016; Daněk, 2011; Janda, 2011; Graham, 2006)

Podstatnou událostí v historii Flickru bylo představení tohoto produktu (stále ještě bez tohoto pojmenování) při O'Reillyho konferenci nově vzniklých technologií v San Diegu. Až zde dostal Flickr jméno, pod kterým ho známe dodnes. Od této doby se zájem o tuto novou sociální síť stále jen zvyšoval, rostl počet uživatelů, což mělo pro firmu negativní i pozitivní výsledky – dva projekty, teď již samostatný Flickr a původní nápad na online internetovou hru Game Neverending, byly pro jednu malou firmu příliš, a tak se v létě roku 2004 rozhodlo o zastavení jednoho z nich. Ukončení se týkalo hry Game Neverending, která je považována za předchůdce Flickru. (Janda, 2011; Graham, 2006)

Následným vylepšením této sociální sítě byla možnost sdílet fotografie přímo na webových stránkách www.flickr.com. Zde měla každá fotografie vlastní URL adresu, což vedlo k větší srozumitelnosti funkcí Flickru a tak uživatelů stále přibývalo. Flickr je jedinečný hlavně v tom, že původně nebyl založen jako sociální síť s nějakým jasným cílem, ale vše se vyvíjelo postupně, bez jakéhokoliv předchozího plánu. Tak mohl Flickr výborně reagovat na požadavky uživatelů a být snadno obohacován o nové funkce. Těmi se stalo obohacení o přidávání videí a propojení s Google Maps, fotografie se zobrazovaly na mapě dle místa jejich pořízení. Od roku 2005 jej vlastní Yahoo!. (Daněk, 2011; Graham, 2006; Janda, 2011)

K roku 2019 má Flickr registrovaných přes 90 milionů uživatelů, z toho je 75 milionů fotografů. (Smith, 2020)

2.4.2 Facebook

Sociální síť Facebook je označována jako komunikační nástroj, který umožňuje být v kontaktu se známými v realitě, ale i poznávat nové lidi/uživatele online. Slouží jako prostředek k naplnění potřeby komunikace, sdílení a kontaktu s přáteli. Dají se zde publikovat videa, fotografie, texty, sdílet odkazy a jiné. (Čenková, 2014; Opletalová, 2016)

Za vznikem Facebooku stojí Mark Zuckerberg. Ten před tím, než Facebook vznikl, vyvinul ještě na studiích na Harvardské univerzitě program CourseMatch, jehož cílem byla pomoc při volbě předmětů na této univerzitě. Cílem tohoto programu nebylo řadit předměty

podle výstupů, náročnosti nebo zaměření, ale získávání informací o tom, kdo ze spolužáků uživatele je na tento předmět také přihlášen. Dalším podobným předchůdcem Facebooku byl jeden ze Zuckerbergových projektů, Facemash. Tento program byl opět vztažen na prostředí Harvardské univerzity a jeho účelem bylo hodnocení studentů podle přitažlivosti na základě dvou nabízených fotografií. Vzájemně se hodnotili sami studenti. Třetí platformou, kterou Zuckerberg vymyslel, se staly stránky Thefacebook, které byly spuštěny 4. 2. 2004. Hlavním nápadem bylo opět propojování studentů na Harvardské univerzitě a to tak, že zde uživatel mohl vyhledávat přátele svých přátel, prohlížet si, kdo s kým chodí na jaký předmět a podobné možnosti kontaktu mezi studenty. Tato platforma se už velmi podobala Facebooku, jaký ho známe v dnešní době. Přesto se mezi těmito dvěma platformami naleznou patrné rozdíly – například na Thefacebook měli přístup jen studenti a další uživatelé s e-mailovou adresou obsahující harvard.edu, byl zde tedy omezený přístup pro širokou veřejnost. (Čeňková, 2014; Končol, 2014; Nováková, 2009; Opletalová, 2016; Zeevi, 2013)

Thefacebook v roce 2005 přejmenoval Mark Zuckerberg na Facebook a o rok později se Facebook stal platformou, kterou již mohli využívat všichni potenciální uživatelé, nebylo zde žádné omezení určitou e-mailovou adresou. Už několik let se Facebook drží na přední příčce mezi sociálními sítěmi. Možnosti současného Facebooku tak, jak je známe dnes, jsou velmi rozmanité. Facebook umožňuje výběr mezi tím, s kým chceme být v kontaktu a s kým nechceme, vytvářet různé skupiny, stránky a svůj okruh přátel tak například rozřadit do určitých okruhů (práce, rodina, zájmy, aj.). (Prokop, 2014; Čeňková, 2014; Opletalová, 2016)

Z hlediska uživatelského prostředí Facebook obsahuje mnoho aplikací a nástrojů, které jsou neustále vylepšovány a obměňovány tak, aby co nejvíce vyhovovaly požadavkům a poptávkám uživatelů. (Končol, 2014; Kšandová, 2016; Opletalová, 2016)

Facebook příspěvky daného uživatele, případně příspěvky vážící se k danému uživateli, zobrazuje na timeline, což je jakási nástěnka s chronologicky řazenými příspěvky. Název timeline získala podle časové osy, na které se příspěvky zobrazují. (Končol, 2014; Kšandová, 2016; Opletalová, 2016)

Vytváření skupin na Facebooku se společnou vazbou uživatelů mají na starosti sami uživatelé. Zakládající člen je vždy správcem skupiny a ten volí zaměření skupiny, její název a další náležitosti. Skupinu si může vytvořit každý uživatel Facebooku, stejně tak jako nastavit míru soukromí, kterou chce užít – skupiny se tak dělí podle ochrany soukromí a každá má však své jasně identifikovatelné pojmenování:

- otevřené skupiny – žádost o přidání do skupiny může poslat jakýkoliv uživatel Facebooku, všichni uživatelé (i ti, kteří nejsou členy skupiny) mohou vidět příspěvky a členy skupiny
- uzavřené skupiny – skupinu může zobrazit každý uživatel, zároveň vidí její členy, nemůže ovšem bez zapojení se do skupiny zobrazit příspěvky
- tajná skupina – tato skupina je pouze pro určené členy, neviditelná pro ostatní, běžný uživatel nevidí skupinu a nemůže požádat o přidání (Čeňková, 2014; Končol, 2014)

Stránky Facebooku jsou obdobou skupin, ale jsou obsáhlejší a mají blíže k webovým stránkám. Jde je založit bez nutnosti vlastnit osobní profil, zakládají se pomocí e-mailu a data narození. (Končol, 2014; Opletalová, 2016; Semerádová, 2019)

Podle Končola, 2014 komunitní stránky v porovnání se skupinami nabízejí:

- viditelnost i pro neregistrované uživatele
- indexaci prohlížeči
- zahrnutí aplikací Facebooku
- přehledy událostí
- statistiky zobrazení a uživatelů (Končol, 2014, str. 15)

Samotné příspěvky na Facebooku mohou mít různou podobu – fotografie, odkazy, sdílené příspěvky, sdílené události a sdílené odkazy. Fotografie se dají řadit do galerií, které jsou vytvořené uživatelem nebo jsou vytvořené samotným Facebookem (zde se ovšem fotografie seřazují pouze podle toho, kdo je na Facebook vložil). V možnostech nastavení fotografií existuje několik způsobů nastavení soukromí – zda fotografie bude viditelná pro všechny uživatele, nebo pouze pro přátele anebo pro uživatele, kteří jsou přáteli přátel. Na Facebooku lze sdílet také videa – ale ta jsou časově omezená délkou dvaceti minut. V obou případech, na fotografiích i ve videu lze označovat jiné uživatele, kteří jsou zde zmíněni nebo zobrazeni. Dalšími možnostmi příspěvků na Facebooku jsou události. Ty jsou datovány podle kalendáře a mohou být sdíleny uživateli. Uživatel také může na svojí nebo cizí událost pozvat dalšího uživatele. (Končol, 2014; Semerádová, 2019)

2.4.3 Twitter

Sociální síť Twitter je v prostředí České republiky využívána především ke sdílení mikroblogů a jako dostupný zdroj zpravodajství. Je čtvrtou nejpopulárnější sociální sítí v České republice.

Ještě v roce 2015 byl u nás Twitter druhou nejoblíbenější sociální sítí – změna na čtvrté místo v žebříčku byla způsobena masivním užíváním Instagramu. Z úvodních statistik vyplývá, že z 5,7 milionů uživatelů sociálních sítí v České republice v roce 2019 používá Twitter pouze 389 tisíc uživatelů. Uživatelé Twitteru jsou to více muži, než ženy – muži tvoří téměř celé tři čtvrtiny všech uživatelů. (Falzonová, 2015; Michl, 2019; Opletalová, 2016)

Oproti tomu ve světě se Twitter používá z hlediska registrovaných uživatelů i sdílených tweetů v mnohem větším měřítku než v České republice. V roce 2019 byl počet aktivních uživatelů této sítě 330 milionů měsíčně a denně kolem 145 milionů uživatelů. Věkové rozmezí uživatelů se pohybovalo mezi 35 až 65 lety a užívalo jej celkem 66 % mužů a 33 % žen. (Lin, 2019; Aslam, 2020)

Nejvýraznější charakteristikou Twitteru je stručnost a heslovitost. Umožňuje užívání hashtagů, které zde slouží jako klíčová slova, jež umožňují příspěvku dostat se k uživatelům se stejnými zájmy. Tímto způsobem Twitter propojuje uživatele na základě daného tématu. Odebírat příspěvky jiných uživatelů lze prostřednictvím možnosti „sledovat“ a mít tak přímý přístup k zveřejňovaným příspěvkům sledovaného uživatele. Lze na ně odpovídat a také je možné je sdílet, „retweetovat“. (Falzonová, 2015; Fishman, How to create and use hashtags)

Historie vzniku Twitteru se váže k roku 2006, kdy byl v San Franciscu založen jako interní síť firmy Odeo. V prvotním pojetí měl Twitter být pouze pro zaměstnance Odea, kteří zde mohli sdílet své nápady bez závislosti na okolnostech. Díky úspoře času, iniciativitě a svému novodobému pojetí mikrobloggerů se Twitter rychle rozšířil mezi širokou veřejnost. Po pouhém prvním roce fungování mezi širokou veřejností se na této sociální síti denně zveřejňovalo okolo pěti tisíc příspěvků. Během následujícího roku se zde začalo objevovat kolem tři sta tisíc příspěvků denně a počet stále rostl. Hlavním mezníkem ve vývoji a oblibě Twitteru se stala filmová a hudební konference South by Southwest Interactive, kde se promítaly příspěvky právě z Twitteru. Po této konferenci počet uživatelů prudce vzrostl a stejně tak vzrostl i počet zveřejněných příspěvků denně a v roce 2009 uživatelé sdíleli 35 milionů příspěvků denně, v roce 2010 to bylo již kolem 50 milionů tweetů denně. (Falzonová, 2015; Sagolla, 2009)

Uživatelské rozhraní Twitteru

Uživatelské rozhraní Twitteru ve webovém prohlížeči je intuitivní. Twitter podporuje češtinu jako jeden z mnoha jazyků, a tak je pro uživatele Twitteru snadné se na této sociální síti orientovat. Pro ilustrační záběry k mnou vytvořenému popisu uživatelského rozhraní bude použit náhled na účet @Knihoveda_cz.



Twitter nabízí možnost nahlédnout na příspěvky různých účtů i bez nutnosti registrace, ale pro sledování, sdílení a komentování příspěvků i uživatelů je již registrace nutností. Registrace je pro uživatele nenáročná, probíhá pouze prostřednictvím e-mailu a zvoleného uživatelského jména. Později lze v nastavení informace doplnit, nebo pozměnit.

V náhledu na účty uživatelů lze na první pohled vidět jejich uživatelské jméno a jméno za @, které slouží jako jednoznačná identifikace uživatele sloužící ke sdílení, vyhledávání nebo jiné interakci s účtem. Nad uživatelskými jmény je volitelný náhledový i profilový obrázek.

Pod uživatelskými jmény nalezneme volitelný popis účtu, omezený počtem znaků. K popisu lze připojit webovou stránku, umístění (užívané například u institucionálních nebo firemních twitterových účtů) a také měsíc a rok, kdy se uživatel připojil. Pod těmito informacemi nalezneme počet sledujících a počet sledovaných účtů tímto účtem.

Následující menu rozděluje aktivitu účtu. Na první stránce jsou vidět tweety zveřejněné tímto uživatelem, následují odpovědi, užitá média a lajky.

2.4.4 Instagram

Z hlediska vývoje je Instagram uváděn jako nejrychleji rostoucí sociální síť. Poprvé byl uveden na trh v říjnu roku 2010 a byl dostupný pouze jako aplikace v AppStore – mohli jej tedy používat jen majitelé zařízení s operačním systémem iOS. (Kšandová, 2016; Opletalová, 2016; Petráková, 2018; Siegel, 2010)

Instagram byl od začátku považován za úspěšný, získal si přezdívku „první obrázková sociální síť“ a hned rok od svého vzniku, tedy v roce 2011, získal ocenění za aplikaci roku. V té době jej užíval přibližně milion uživatelů a od tohoto okamžiku se počet uživatelů stále zvyšoval. V roce 2012 byl Instagram zahrnut do systémů s operačním systémem Android, přičemž operační systém Android od té doby nabízí v aplikačních obchodech stažení Instagramu zdarma. Instagram byl odkoupen Facebookem a tím se ještě zvýšil počet jeho uživatelů. Instagram tak v roce 2013 čítal téměř 100 milionů uživatelů. Od tohoto roku je možné Instagram používat i přes rozhraní webového prohlížeče. (Johnson, 2017; Kšandová, 2016; Petráková, 2018)

Za svou existenci prošel Instagram výrazným vývojem, převážně z hlediska funkcí. Od původního záměru pouze upravovat, sdílet, dávat lajky a komentovat, byl obohacen o soukromé zprávy, možnost nahrávat videa a takzvaná Stories. Prostřednictvím Stories mohou uživatelé sdílet fotografie i krátká videa jen na určitou dobu, Stories po 24 hodinách automaticky zmizí. Další podstatnou změnou bylo zobrazování kanálu příspěvků, které v původním pojetí byly řazeny a zobrazovány chronologicky. K této změně došlo v roce 2016 a v současnosti se v kanálu příspěvků zobrazují první příspěvky, které jsou pro uživatele nejvíce relevantní – vzhledem k jeho zájmům, sledování a historii vyhledávání. (Johnson, 2011; Kšandová, 2016; Petráková, 2018)

V České republice se počet uživatelů Instagramu k září roku 2019 vyšplhal na 2 275 000, z tohoto čísla pak tvoří mírnou nadpoloviční většinu ženy (54,7 %) a zbytek jsou muži (45,3 %). Od té doby se počet těchto uživatelů zvýšil o 70 000 uživatelů. Z hlediska věkového složení uživatelů převládá skupina jedinců ve věku od 18 do 34 let. (Pavlíčková, 2019)

Počet uživatelů Instagramu v České republice je oproti Slovensku, kde je 1 020 800 uživatelů Instagramu, o více než 1 200 000 uživatelů vyšší. Je ale také nutné přihlídnout k tomu, že jde pouze o srovnání počtu uživatelů Instagramu bez přihlídnutí k počtu obyvatelů v dané zemi. Genderové složení uživatelů je na Slovensku velmi podobné tomu v České republice, ženy tvoří 53,8 % uživatelů a muži 46,2 %. Věkové složení je také velmi obdobné, nejdominantnější skupinou z hlediska věku je rozmezí mezi 18 až 34 lety života. (Pavlíčková, 2019)

Ve světě jsou čísla počtu uživatelů Instagramu o mnoho vyšší – aktivních uživatelů měsíčně je více než jeden bilion (číslo uvedeno k 25. 1. 2020). Stejně jako v České i Slovenské republice Instagram ve světě užívá více žen než mužů, celkem to je 56,3 % žen a 43,7 % mužů. 71 % ve věku pod 35 let života. (Aslam, 2020; Mohsin, 2019)

2.4.5 Další sociální sítě

Mezi další sociální sítě patří například Youtube nebo Pinterest.

Youtube je webová stránka, která byla založena v roce 2005, a jejím hlavním účelem je vyhledávání a sdílení videí. Youtube v roce 2006 odkoupila společnost Google a teprve od roku 2008 plně podporuje český jazyk. V současnosti je největší databází videí na světě. Společně s Youtube také vznikalo blikx (založeno v roce 2004), Google video (rok 2005) a Yahoo! Video. Výše jmenované platformy sloužily k vyhledávání videí, ale Youtube je v možnosti videa nahrávat předčil. (Dvořáková, 2015; Plná, 2017; Opletalová, 2016; Pěkníková, 2017)

Pinterest byl založen Benem Silbermanem v roce 2010 a první jeho verze nebyla přístupná široké veřejnosti. Avšak hned v roce 2011 získal Pinterest prvních deset tisíc uživatelů, a ještě ten samý rok byl zařazen časopisem Time mezi 50 nejlepších webů roku 2011. V současnosti se kromě webového prohlížeče používá i mobilní aplikace. Uživatelé této sociální sítě mohou příspěvky sami nahrávat nebo sdílet přímo obsah, který se na internetu již nachází. Další možností je také sdílet příspěvky jiných uživatelů z jejich nástěnek. (Kubišová, 2015; Vodičková, 2015; Vše o Pinterestu, *Pinterest*)

Z českých sociálních sítí bych ráda zmínila sociální síť Líbímseti.cz, která původně vznikla jako seznamovací aplikace, v současnosti je ale využívána převážně teenagery a náctiletými, kteří zde s oblibou publikují příspěvky (fotografie) a navzájem si je hodnotí a komentují. Další česká sociální síť, kterou podporuje český portál Seznam.cz a Lidé.cz v sobě spojuje komunikační i seznamovací účel. A neposlední v řadě jsou Spolužáci.cz. Tato síť spojuje vyučující, studenty a absolventy škol v České republice. (Čeňková, 2014; Daněk, 2011; Pěkníková, 2017)

Za zmínku stojí také blogy a diskuzní fóra.

Blog je platforma ke zveřejňování příspěvků. Blogy původně vznikly jako osobní blogy určitých uživatelů (sloužily spíše jako online deníky), v dnešní době jsou užívány i firmami k marketingovým účelům, ke komunikaci s veřejností a za účelem zprostředkování služby. (Kisić, 2015; Němcová, 2015; Urbánková, 2013)

Diskuzní fórum je internetová online stránka, do které mohou své názory vložit různí uživatelé. Liší se oproti chatu tak, že zde své příspěvky mohou uživatelé vkládat s odstupem času., kdežto v chatu je požadována rychlá reakce. Diskuzní fóra většinou podporují shromažďování příspěvků do skupin podle témat. Diskuzní fóra jsou také vhodným nástrojem ke zjištění reakcí zákazníků daných firem. (Forums, Topics and Posts *VBulletin*; Němcová, 2015)

3. Knižní kultura

Přesnou definici termínu knižní kultura nelze přesně vyjádřit, tento obor ovšem lze popsat prostřednictvím několika charakteristik. Termín knižní kultura se skládá ze dvou slov, ze slov kniha a kultura, přičemž kultura je sociologický pojem, který je typickým znakem pro lidskou společnost, a jeho historie sahá až k dobám Cicerona (podle Kurschus, 2015 byl Ciceron první, kdo takový termín použil). Pojem kultura zahrnuje veškeré projevy sociálního života, vyjadřuje vztah člověka k veškerému okolí, například k přírodě, ke společnosti nebo k okolnímu světu obecně. Jejím základem je tvorba hodnot. Knihou rozumíme podle definice UNESCO neperiodickou publikaci o nejméně 49 stranách. Je „tištěným dílem, na něm se podílí autor, nakladatel, tiskař, knihvazač, knižní úpravce, případně i ilustrátor (Typografie II: kniha a knižní edice)“. Podle dalších definicí je kniha „*literární nebo obrazová publikace, která tvoří myšlenkový nebo výtvarný celek, je zpravidla vytištěná a knihařsky zpracovaná* (Typografie II: kniha a knižní edice)“. Definice pro pojem knihy nalezneme v oficiálně vydaných publikacích i publikacích dostupných online mnoho, všechny se ovšem shodují v jednom bodě, a to, že knihou je tištěný text, který je upravený podle daných norem. (Kurschus, 2015; Typografie II: kniha a knižní edice; Zavadilová, 2015)

Pokud tedy známe definici kultury a knihy jako takové, určit, co je knižní kulturou není příliš těžké. Knižní kultura je taková kultura, jejímž ústředním bodem není člověk, jako tomu bylo u definice kultury samotné, ale jejím hlavním tématem je kniha jako objekt. Knižní kultura se tedy vztahuje ke každému objektu nebo procesu, který se zabývá knihou, tedy její historií, její výrobou, jejím vznikem od pouhé myšlenky až po fyzický objekt určitého tvaru a náležitosti. Knižní kultura do sebe zahrnuje i to, jak kniha působí na své čtenáře a co v nich vyvolává. I zde se ovšem názory na definici liší, Kurschus, 2015 například uvádí rozdílné pojetí Rudiho Rengera a Michaela Gieseckeho – ti popisují kulturu jako souhrn tradic, zvyků a způsobu života společnosti. Kultura může být produktem působení, ale i prvkem, který působí. Pojem knižní kultura v dnešním chápání ovšem nalezneme až od začátku 20. století, kdy tato kultura získala komplexnější význam. I tak je knižní kultura považována za neustále se vyvíjející a složitý koncept. (Kurschus, 2015; Zavadilová, 2015)

S vývojem knižní kultury na našem území úzce souvisí také vývoj písma. O vývoji písma na území Čech blíže pojednávají například Antikva, 2019; Dvořáková, 2012; Grotesk, 2018; Svatošová, 2015; Velička, 2018.

3.1 Role knižní kultury ve společnosti

Knižní kultura je společností ovlivňována jich od starověku. Názory na její vliv se liší, ve světě nalezneme názory, že kniha přechovává tradiční cíle a zastaralé hodnoty, které brání jejímu dalšímu rozvoji, na druhou stranu ovšem kniha nenese reklamy narozdíl od nových médií, a má nízké výrobní náklady. Kniha se podle mnohých stává marketingovým nástrojem, podle Kurschus, 2015 předkládá čtenáři pouze jednu stranu pevně daných argumentů a nepodporuje tak přímou diskuzi. (Kovač; 2008; Lichtenberg, 2008; Kurschus, 2015; Venkat Mani, 2017)

V dnešní době má knižní kultura stále podstatný význam ve společnosti, ať už se pohledy na knihu i na její užití či vzhled různí (viz Kurschus, 2015). Knihy stále zůstávají prostředkem v boji proti negramotnosti a pomáhají snižovat propast ve vzdělanosti mezi světem vyspělých technologií a internetu a mezi světem, který k těmto vymoženostem přístup nemá. Jsou nástrojem reflexe, ať už ve své tištěné, nebo elektronické formě – digitalizované formy knih jsou prostřednictvím velkých společností rozesílány do všech koutů světa, a tak přístup k nim má kdokoli, kdo vlastní jakékoliv zařízení s připojením k internetu. Knihy a knižní kultura jsou pro společnost natolik vážené, že vznikl i Světový den knihy a autorských práv, který se koná 23. dubna. Tento den se nevěnuje pouze knihám jako takovým, ale UNESCO zde zahrnuje i důležitý aspekt autorského práva, které se s touto kulturou v dnešní době neodmyslitelně pojí. (Das, 2015; Kurschus, 2015, Marek, *Dějiny knižní kultury: úvod do kurzu*)

4. Výzkumná část

4.1 Vybrané zkoumané účty

Účty na sociální síti Twitter byly vybírány za účelem výzkumu prezentace starší knižní kultury.

Pro tyto účely byly rozděleny do skupin podle:

- 1) Provozovatele
 - Institucionální
 - Soukromé
- 2) Typu zveřejňovaných příspěvků
 - Informace, týkající se akcí, knihoven a jiných událostí spojených se starší knižní kulturou
 - Fotografii
 - Jiných zveřejňovaných příspěvků

Každý z účtů může spadat do více kategorií a jejich rozdělení je pouze na základě příspěvků z posledních pěti let. Pro porovnání s účty na sociální síti Twitter budou užity i příklady z dalších sociálních sítí, jako je například Facebook nebo Instagram, ovšem v menším měřítku.

Předpokládám, že výsledky sledování budou příspěvky psané v anglickém jazyce, který je v současnosti nejrozšířenějším jazykem na sociálních sítích, že účty, které spravuje instituce, budou mít větší předpoklad více sledujících (zejména pokud je instituce známá jak odborníkům, tak široké veřejnosti) a z příspěvků budou nejlépe hodnocené ty, které obsahují fotografie či jiné obrázky, a tak publikum – z široké, laické veřejnosti i z řad odborníků – na Twitteru zaujmou lépe, než samotný text.

Aspekty výzkumu budou zejména četnost příspěvků, jejich dopad, komentovanost a sdílenost.

Seznam použitých účtů na Twitteru

- 15cBOOKTRADE Project: @15cBOOKTRADE
- BL Modern Manuscripts: @BL_ModernMSS
- Bodleian CSB: @bodleiancsb
- Bodleian Digital Library: @BDLSS
- Bodleian Rare Books: @RareBooksOfBod

- Book History Network: @bookhistorynetw
- CERL: @CERL_org
- Digita Vaticana: @DigitaVaticana
- Illuminated Mss: @IlluminatedMss
- IRHT: @IRHT_CNRS
- IU Lilly Library: @IULillyLibrary
- Knihověda.cz: @Knihoveda_cz
- Ligatus: @Ligatus_UAL
- Manuscript Society: @ManuscriptSoc
- Manuscripts Online: @MedMSSO
- ManuscriptsDuMidi: @ManuscriptsMidi
- Medievalilluminators: @jf_illuminator
- Medieval Manuscripts: @BLMedieval
- Medieval Materiality: @MedMateriality
- MS Collaboration Hub: @collaborationms
- OBNS: @oldbooksnewsci
- OxfordPsalmsNetwork: @OxfordPsalms
- Schoenberg Institute: @SIMS_Mss
- SDBM: @schoenbergdb
- Teaching the Codex: @TeachingCodex
- The Manuscripts Lab: @manuscriptslab
- Vatican Library @vaticanlibrary
- Walters Manuscripts @MedievalMss

Účty byly vybrány z důvodu zaměření na knižní kulturu, se snahou zahrnout veškeré významnější účty, více sledované účty a účty spravované institucemi pro jejich možné porovnání. Tyto účty reprezentují různorodý přístup k prezentaci knižní kultury.

4.1.1 Checklist sledovaných kritérií

V následujícím checklistu jsou kritéria, která byla u jednotlivých účtů sledována.

- Název
- Převažující obsahová náplň účtu
- Vlastník účtu

- Rok založení/doba existence účtu
- Počet sledujících
- Počet příspěvků
- Struktura příspěvků – obsahuje obrázky, obsahuje popisky
- Téma popisků
- V jakém jazyce jsou příspěvky účtu
- Komentáře účtu
- Sdílení účtu

4.2 Měření výsledků

K měření atributů jednotlivých účtů byl použit online webový nástroj TweetStats (<http://www.tweetstats.com>), který pro účely měření trendů v této práci plně vyhovuje. Příklad bude uveden na statistikách účtu @15cBOOKTRADE. Grafy k dalšímu textu jsou zobrazené níže.

Prvním grafem je počet jednotlivých příspěvků (tweetů) na průměr tweetů denně a průměr ročně. V příkladu na screenshotu (příloha obrázek 1) ukazuje měření 4,2 příspěvků na jeden den a 11 příspěvků na měsíc. Samotný graf je sloupcový, rozdělený podle let existence účtu na jednotlivé roky a lze z něj zjistit počet příspěvků v jednotlivých měsících roku – zde na příkladu vidíme, že nejlepším měsícem, kdy účet 15cBOOKTRADE zveřejnil nejvíce příspěvků, bylo září roku 2018 a účet v tomto měsíci zveřejnil 49 tweetů. Naopak měsícem s nejméně příspěvky, a to celkovým počtem nula, byly téměř všechny měsíce roku 2017.

Druhý graf v pořadí seshora má formu tabulky a zobrazuje hustotu příspěvků. Tato tabulka je rozdělena podle dní v týdnu a podle časů zveřejňování jednotlivých tweetů. Z ní například u tohoto účtu vyplývá, že nejvíce příspěvků je zveřejňováno po osmé hodině ránní až do oběda, nejlepším dnem z tohoto hlediska je pak pátek.

Další graf pod tabulkou vlevo tabulku doplňuje a ukazuje počet příspěvků v jednotlivých dnech od začátku existence tohoto účtu. Graf má formu sloupcového rozložení, níže jsou napsány jednotlivé dny v týdnu a přímky vedené z levé strany svisle (osa y) nesoucí čísla s jednotlivými počty pak protínají sloupce grafu. Při najetí kurzorem na jednotlivé sloupce se zobrazí přímý počet příspěvků, z tohoto grafu můžeme vyčíst, že ač z tabulky vyplývalo, že pátek je den s nejvíce zveřejňovanými příspěvky v době mezi osmou ránní a polednem, dnem s nejvíce příspěvky je čtvrtek s počtem 147 tweetů celkem.

Graf napravo od předchozího ukazuje počet příspěvků v ohledu hodin. Taktéž nese podobu sloupcového grafu, obměnou je pouze to, že místo dnů v týdnu zde nalezneme jednotlivé hodiny dne. Z tohoto grafu vyplývá, že nejvíce zveřejňovanou hodinou dne byla druhá hodina odpolední, během které se za dobu existence účtu zveřejnilo celkem 63 tweetů. Naopak časy s nejméně příspěvky jsou hodiny noční.

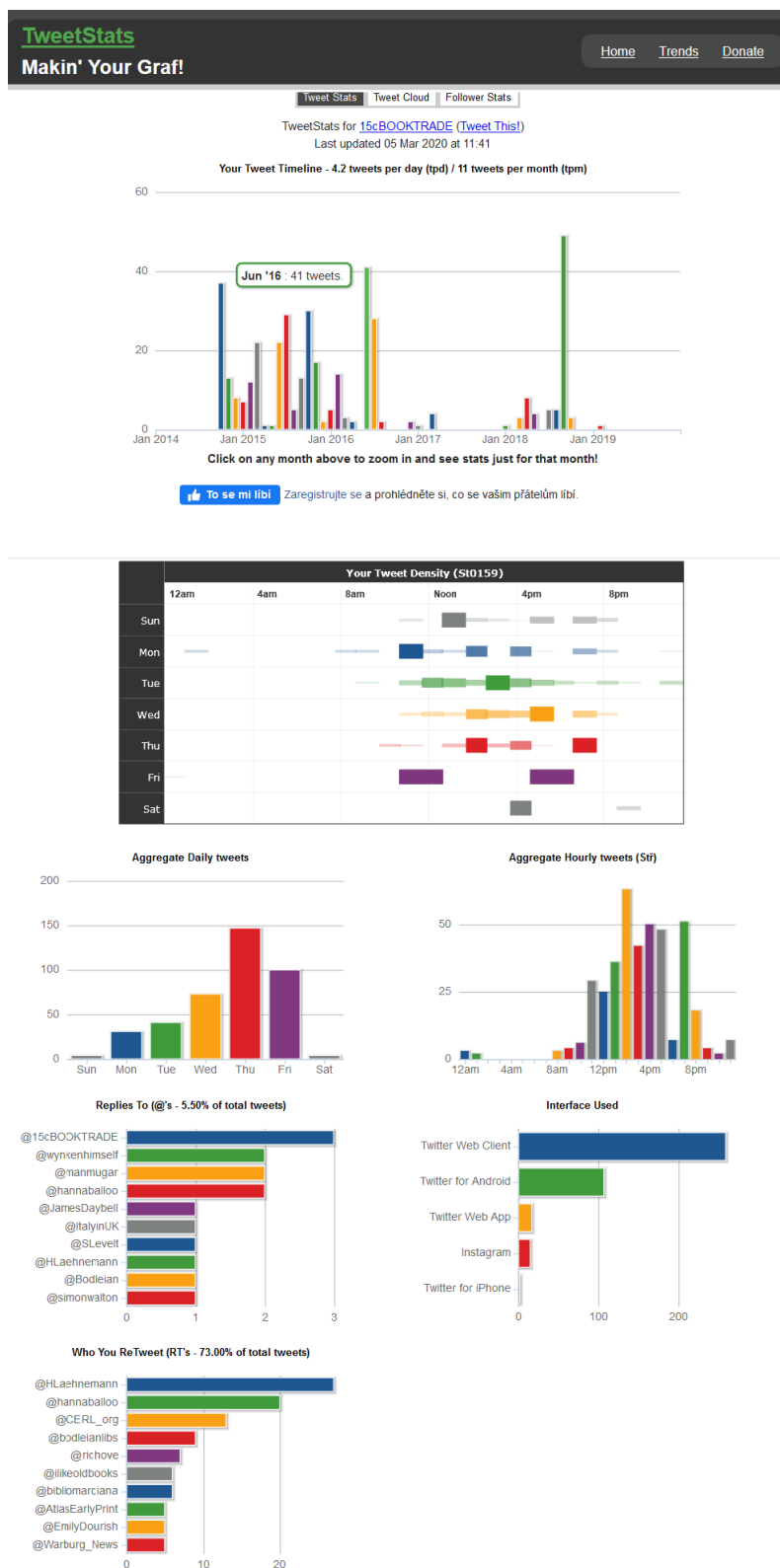
Další graf pod předchozími v pořadí zleva zobrazuje počet odpovědí uživateli @15cBOOKTRADE. Jsou zde zobrazovány názvy twitterových účtů s počtem odpovídaných příspěvků. Z tohoto grafu vyčteme, že účtem, který nejvíce odpovídá na příspěvky tohoto uživatele, je tento účet samotný.

Následujícím grafem je použité rozhraní, které daný uživatel použil na zveřejnění svých tweetů. Možnostmi v tomto grafu jsou zveřejňování pomocí webového klienta, pomocí zařízení s Androidem, pomocí webové aplikace, přes Instagram a přes iPhone. V tomto případě se z grafu dozvídáme, že 259 tweetů bylo zveřejněno přes webový klient Twitteru.

Druhou možností (obrázek č.2), jak správně analyzovat příspěvky jednotlivých uživatelů pomocí tohoto online webového nástroje, je zobrazování tweetů pomocí jakéhosi „mraku“. V tomto způsobu analýzy můžeme zjistit nejvíce užívaná slova, nejvíce užívané hashtagy, nebo nejvíce zmiňované uživatele. Pod tímto mrakem se zobrazuje pět nejčastěji používaných slov v příspěvcích, v případě účtu @15cBOOKTRADE to byla slova rt, https, new, library a project. Také na této stránce lze zjistit, kolik příspěvků přesahovalo počet 140 znaků na jeden tweet.

Tento webový nástroj obsahuje možnost ještě třetího způsobu měření, a to měření sledujících. Tato možnost se ovšem zobrazí až při druhé návštěvě tohoto online nástroje.

Obrázek č. 1 - Tweetstats



Obrázek č. 2 – tagy, Tweetstats



4.3 Popis účtů Twitter

15cBOOKTRADE Project: @15cBOOKTRADE

Jedná se o pětiletý projekt probíhající v letech 2014 až 2019, zaštitěný fakultou Faculty of Medieval and Modern Languages na Oxfordské univerzitě. Je financovaný z grantu ERC Consolidator Grant, učený pro výzkumné pracovníky s jakoukoliv státní příslušností, kteří se 7 až 12 let pohybují v oboru a tato doba zároveň uplynula od dokončení jejich doktorského studia. Projekt se zabýval knihami tištěnými mezi lety 1450 až rokem 1500, nazývanými se také inkunábule. V projektu byla snaha použít materiály, které nám tyto knihy mohou poskytnout, jako dokumentární evidenci o historii tiskařského průmyslu, nakladatelského průmyslu a obecně inkunábulech. Řešilo se pět hlavních otázek, vyplývajících z nepublikované účetní knihy benátského kupce, která obsahuje záznamy o prodeji celkem 25 000 tištěných knih

i s jejich tehdejšími cenami. Z nich vyplývá problematika zavedení tisku na západě, který zatím unikál pozornosti a o jehož existenci chyběly vypovídající důkazy. Na práci, kterou se projekt zabýval, se ovšem stále pracuje i přes jeho ukončení v roce 2019. Na twitterovém účtu tohoto projektu, založeném roku 2014, projekt prezentuje především fotografie a příspěvky z prezentací tohoto projektu a z důležitých událostí, kterých se s projektem zúčastnila. (Consolidator Grants; 15cBOOKTRADE Project, @15cBOOKTRADE; 15cBOOKTRADE)

BL ModernManuscripts: @BL_ModernMSS

Twitterový účet BL Modern Manuscripts pojednává o moderních archivech a rukopisech nacházejících se ve fondu Britské knihovny a pocházejících z let 1601 až 1950. Tento účet, založený v září roku 2015 prezentuje zejména fotografie těchto tisků, doplněných popisky, zmiňujících například to, odkud text pochází, o jaký text na fotografii se jedná, kdo je jeho autorem, a hlavně z jakého roku tisk pochází. (Explore Archives and Manuscripts; BL ModernManuscripts, @BL_ModernMSS; About Explore Archives and Manuscripts)

Bodleian CSB: @bodleiancsb

Tento účet zveřejňuje události ohledně výzkumu vzácných knih a rukopisů. Patří pod účty Bodleiany (Univerzita v Oxfordu). Doplnuje jejich webové stránky a tento účet je v provozu od srpna roku 2011. Hlavní příspěvky ve většině případů tvoří fotografie zmíněných událostí a vzácných tisků a rukopisů, doplněných o popisky. Patří do skupiny účtů, které tyto knihovny provozují. (Bodleian CSB, @bodleiancsb; Bodleian Libraries)

Bodleian Digital Library: @BDLSS

Tento twitterový účet, spadající do skupiny účtů Bodleiany, slouží jako podpora systému pro účet @bodleianlibs. Zaměřuje se na systémy a digitální služby, zahrnující například digitalizaci a uchovávání. Tento účet byl založen stejně jako ostatní účty spadající pod tuto instituci v roce 2011, na rozdíl od ostatních ale v listopadu daného roku. Hlavními příspěvky jsou fotografie rukopisů a vzácných tisků. (Bodleian Digital Library, @BDLSS; Bodleian Libraries)

Bodleian Rare Books: @RareBooksOfBod

Účet Bodleian Rare Books spadá do skupiny účtů provozovaných knihovnou University of Oxford. Tento konkrétní účet se zaměřuje na zpřístupňování informací a novinek

prostřednictvím Twitteru z oddělení vzácných tisků ve skupině Bodleiany. Daný účet byl na rozdíl od předchozích zmiňovaných a patřících do této skupiny knihoven založen v únoru roku 2014. Hlavní příspěvky zde tvoří různorodá směs od fotografií vzácných tisků, fotografií knihovny, až po pozvánky na akce, pořádané touto institucí. (Weston Library: Bodleian Libraries; Bodleian Rare Books, @RareBooksOfBod)

Book History Network: @bookhistorynetw

Twitterový účet Book History Network se zabývá knižní historií, kulturou a tiskovou kulturou (německá zkratka D-A-CH). Účet je určen badatelům v německy mluvících zemích a pro mezinárodní vědce pracující na těchto tématech. Tento účet byl založen v srpnu roku 2013. Jazyk příspěvků tvoří jak anglický jazyk, tak německý. (About; Book History and Print Culture Network: Interdisciplinary Perspectives from German-Area Scholars (D-A-CH); Book History Network, @bookhistorynetw)

CERL: @CERL_org

Zkratku názvu tohoto účtu tvoří dohromady pět slov – Consortium of European Research Libraries. Tento účet se zabývá kulturním dědictvím, rukopisy, proveniencemi, digitalizací, metadaty a zabezpečením sbírek. Cílem je usnadnit, zlepšit používání a přístupnost tištěných publikací i rukopisů. Snahou této organizace je zvyšovat povědomí o sbírkách kulturního dědictví a jejich obsahu mezi vědci, zabývajících se tímto tématem. Twitterový účet byl založen v dubnu roku 2013 a hlavní příspěvky tvoří fotografie vzácných tisků a rukopisů, fotografie knihoven a další novinky i zajímavé informace z těchto oborů. (Promoting Europe's cultural heritage in print and manuscript: Consortium of European Research Libraries; CERL, @CERL_org)

Digita Vaticana: @DigitaVaticana

Účet Digitala Vaticana zabývající se digitalizací rukopisů a šířením povědomí o těchto rukopisech byl založen v listopadu roku 2014. Digitala Vaticana je nezisková organizace založená za účelem zisku finančních prostředků na podporu digitalizace rukopisů Apoštolské knihovny. Hlavními příspěvky jsou fotografie knih, které procházejí digitalizací a které se tímto způsobem snaží účet přiblížit jak vědeckým pracovníkům, tak široké veřejnosti. (Digitala Vaticana; DigitalaVaticana, @DigitalaVaticana)

IlluminatedMss: @IlluminatedMss

Tento účet, založený v dubnu roku 2012, se zaměřuje převážně na zveřejňování fotografií a informací o rukopisech a vzácných tiscích. Jazyk příspěvků je tvořen převážnou částí anglického jazyka, ovšem nalezneme zde i příspěvky v jazyce italském. (IlluminatedMss, @IlluminatedMss)

IRHT: @IRHT_CNRS

Twitterový účet patřící Institutu pro výzkum a historii textů (zkratkou CNRS - Institut de recherche et d'histoire des textes) se zaměřuje na prezentaci středověkých rukopisů od starověku po renesanci. Zabývá se texty napsanými v hlavních jazycích středomořské pánve – latinou, románskými jazyky, hebrejštinou, řečtinou, koptštinou, syrštinou, arabštinou – a tyto texty jsou zpracovávány ve všech směrech, například z ohledu užitého materiálu, dekorací a ilustrací. Daný Twitterový účet je psán převážně v jazyce francouzském, příspěvky pak tvoří fotografie, pozvánky a informace z akcí, pořádaných tímto institutem, fotografie ilustrací nebo textu z rukopisů a vzácných tisků s popisky, odkud a z jaké doby text pochází. Účet byl založen v únoru roku 2013. (Institut de recherche et d'histoire des textes; IRHT, @IRHT_CNRS)

IU Lilly Library: @IULillyLibrary

Účet IU Lilly Library zveřejňuje vzácné tisky a rukopisy, které se nacházejí v knihovně Indiana University. Hlavními příspěvky jsou pozvánky na akce, týkající se tohoto tématu, fotografie rukopisů a vzácných tisků doplněné o popisky. Tento účet byl založen v září roku 2015. Knihovna vedle Twitterového účtu také vlastní stránku na Facebooku, s velmi podobným názvem The Lilly Library, Indiana Univerzity. (The Lilly Library, Indiana Univerzity; IU Lilly Library, @IULillyLibrary; Lilly Library, 2020)

Ligatus: @Ligatus_UAL

Twitterový účet projektu Ligatus, který je součástí Univesity of the Arts v Londýně, se věnuje výzkumu v oblasti historických knižních vazeb, uchovávání a dokumentace vzácných tisků. Účet byl založen v květnu roku 2011. Hlavní příspěvky zde tvoří fotografie z akcí, které souvisí s aktivitami na této univerzitě a zároveň se vzácnými tisky, aktuality z tohoto oboru, jako je například upozornění na pořádanou přednášku na toto téma, a v neposlední řadě fotografie a příspěvky o jiných zajímavostech z tohoto oboru. (Ligatus: @Ligatus_UAL; Ligatus, 2020)

Manuscript Society: @ManuscriptSoc

Manuscript Society patří Mezinárodní organizaci osob a institucí věnované sběru, uchovávání a užívání rukopisů a autogramů (podpisů). Tento účet byl založen v květnu roku 2013 a hlavními příspěvky, tvořící jeho základ, jsou fotografie rukopisů a vzácných tisků doplněné o popisky s informacemi o fotografovaných tiscích. (Manuscript Society: @ManuscriptSoc)

Manuscripts Online: @MedMSSO

Jedná se o Twitterový účet na podporu projektu vytvoření federativního vyhledávání ve službách o rukopisech a inkunábulích (prvotiscích) s názvem Manuscripts Online. Hlavní náplní tohoto projektu je možnost vyhledávat pomocí jednoho vyhledávače rukopisy a tisky vzniklé na území Velké Británie v letech 1000 až 1500 našeho letopočtu. Cílem projektu je, aby uživatelé mohli vyhledávat zdroje podle klíčových slov, jako jsou například jména osob, data a jazyk z období historie, ze kterého dokument pochází. Tento projekt je financovaný pod záštitou JISC – organizací pro poskytování financí v oblasti digitálních řešení v britském vzdělávání a výzkumu. Twitterový účet se snaží informovat o aktualitách ve vývoji tohoto projektu, o novinkách v postupu vývoje projektu, ale sdílí i jiné zajímavosti z oboru, které by mohly uživatele projektu zajímat, například informace o zajímavých tiscích z této oblasti. (Manuscripts Online: @MedMSSO; About. *Manuscripts Online: Written Culture 1000 to 1500*; Manuscripts Online; Jisc)

ManuscriptsDuMidi: @ManuscriptsMidi

Twitterový účet k Projektu výzkumu právních rukopisů (Projet sur les mss juridiques du Midi) vedený Marii Alessandrou Bilottou zabývající se a spolupracující se středověkou výzkumnou společností @fcshuni (účet na sociální síti Twitter již neexistuje). Hlavními tématy příspěvků jsou publikace, tisky, zprávy a události související s akademickými studiemi produkce a iluminace právních rukopisů v jižní Francii (pocházejících ze 13. až 15. století našeho letopočtu). Účet byl založen v červnu roku 2016 a hlavní příspěvky tvoří fotografie tisků doplněné o informace, o jaký text se jedná, z jakého je období a komu patřil, případně kdo byl jeho autorem a také fotografie z akcí. (ManuscriptsDuMidi: @ManuscriptsMidi; *Manuscripts juridiques du Midi*)

Medievalilluminators: @jf_illuminator

Účet patří Joanně Froňské, badatelce a ilustrátorce v oblasti středověkých rukopisů na IRHT. Účet byl založen v lednu roku 2012 a hlavní příspěvky tvoří fotografie tisků z výzkumu. (Medievalilluminators: @jf_illuminator)

Medieval Manuscripts: @BLMedieval

Twitterový účet pojednávající o sbírce středověkých rukopisů v Britské knihovně (BritishLibrary). Účet byl založen v lednu roku 2012. Hlavními příspěvky jsou fotografie z fondu středověkých rukopisů této knihovny. (Medieval Manuscripts: @BLMedieval)

Medieval Materiality: @MedMateriality

Účet věnující se již druhé výroční konferenci a událostem o Medieval Materiality (nová metodologie v oblastech antropologie, archeologie a historie) na Univerzitě v St. Andrews. Účet byl založen v červnu roku 2016, pro uživatele je dostupný vlastní hashtag #MedMat. Hlavní příspěvky tvoří zejména informace o konferenci, občasné doplnění o fotografie. (Medieval Materiality: @MedMateriality; About. *Medieval Materialities*, 2016)

MS Collaboration Hub: @collaborationms

Centrum rukopisné spolupráce (Manuscript Collaboration Hub), které patří tento Twitterový účet, na Twitter pohlíží jako na fórum, sloužící ke studiu spolupráce při výrobě středověkých rukopisů. Hlavní kanál příspěvků tedy tvoří nejvíce příspěvky uživatelů a členů, kteří se do tohoto projektu zapojují, a konverzace mezi nimi. Účet byl založen v březnu roku 2015. Twitterový účet je doplněn o webovou stránku se stejným zaměřením, jen s tím rozdílem, že zde publikují a sdílejí delší příspěvky – mimo jiné také jejich webová stránka má sloužit jako soupis odborníků na středověké rukopisy. (About. *Manuscript Collaboration Hub*, 2015; MS Collaboration Hub: @collaborationms)

OBNS: @oldbooksnewsci

Účet, spadající pod University of Toronto – Old Books New Science Lab (OBNS), se věnuje práci na středověkých rukopisech a v oblasti digitálních humanitních věd. Tato laboratoř má za cíl sdružovat vystudované výzkumné pracovníky v této oblasti, vystudované doktorandy, ty, kteří se věnují technologii v oblasti digitálních humanitních věd a nových médií. Hlavními příspěvky na jejich twitterovém účtu jsou informace z této oblasti a z výzkumu v této oblasti – jak z této laboratoře, tak zajímavosti z oboru. (OBNS: @oldbooksnewsci; *Old Books New Science*)

Oxford Psalms Network: @OxfordPsalms

Tento twitterový účet společnosti The Oxford Psalms Network na University of Oxford, užívající vlastní hashtag #twitterpsalms, funguje jako interdisciplinární síť pro vědecké

pracovníky (v oborech teologie, historie, dějin umění, hudby, středověkých i moderních jazyků, a jiné) i širokou veřejnost pracující na žalmech. Zkoumají širší dopad žalmů na rozvoj judaistické a křesťanské kultury, jazyka a historie od nejranějších dob do současnosti. Účet byl založen v červenci roku 2016 a hlavní příspěvky tvoří fotografie středověkých rukopisů obsahujících žalmy doplněné o popisky. (*The Oxford Psalms Network*; Oxford Psalms Network: @OxfordPsalms)

Schoenberg Institute: @SIMS_Mss

Twitterový účet patřící The Schoenberg Institute for Manuscript Studies na University of Pennsylvania přináší informace o rukopisné kultuře, moderních technologiích použitelných v této oblasti a spojuje pracovníky i širokou veřejnost, kteří se podílejí na činnosti v této oblasti. Účet byl založen v dubnu roku 2013. Hlavní příspěvky tvoří informace v oblasti rukopisů, zajímavosti prezentované prostřednictvím fotografií přímo ze samotných rukopisů a informace o nich. (Schoenberg Institute: @SIMS_Mss)

SDBM: @schoenbergdb

Tento účet patří k The Schoenberg Database of Manuscripts a pomáhá sdružovat záznamy rukopisných knih před rokem 1600 z převzatých, aukčních a prodejních katalogů, přičemž tak zlepšuje jejich dohledatelnost a snadnost tohoto vyhledávání. Tato databáze rukopisů spadá po The Schoenberg Institute for Manuscript Studies na University of Pennsylvania. Účet byl založen v červenci roku 2010 a hlavní příspěvky tvoří fotografie z akcí, zaměřených na rukopisné knihy před rokem 1600, novinky z tohoto oboru a fotografie stran samotných knih. (SDBM: @schoenbergdb; *Schoenberg Database of Manuscripts*; About, Pennsylvania: The Schoenberg Database of Manuscripts)

Teaching the Codex: @TeachingCodex

Twitterový účet pojednávající o pedagogických přístupech k paleografii (historická věda, která se zabývá vývojem písma, číslic a jiných grafických znaků) a kodikologii (historická věda studující kodexy) byl založen v červnu roku 2015 a na jeho existenci se podílí několik autorů. Zabývá se nejen těmito obory, ale i prací s textem jako takovou, porozumění a interpretací těchto textů, přičemž tyto dovednosti jsou důležité v mnoha humanitních i nehumanitních oborech. Přístupy k výuce se v jednotlivých oborech liší, a proto se každé oblasti snaží věnovat tak, aby jejich přístup vyhovoval potřebám tohoto oboru. Na twitterovém účtu se sdílí převážně prezentace, pozvánky a tipy k výuce. (Teaching the Codex:

@TeachingCodex; *Teaching the Codex: Pedagogical Approaches to Palaeography and Codicology*)

The Manuscripts Lab: @manuscriptslab

Tento účet, zaměřující se zejména na sdílení aktualit, zajímavostí a fotografií z oboru rukopisných knih, patří laboratoři The Lab for research and pedagogy of hand written culture. Jeho hlavní cílovou skupinou je kdokoliv, kdo se zajímá o kulturu ručně psaných knih, například jejich webová stránka slouží jako místo pro obohacení informacemi každého návštěvníka. Snaží se propojovat historický kontext těchto tisků s geografickými body a laboratoř experimentuje s novými metodikami – mimo jiné se také snaží propojit výzkum s výukou rukopisných tisků. Celý tento projekt spadá pod Univerzitu v Cambridgi (University of Cambridge) ve spolupráci s Text Technologies – University of Stanford. Zabývají se rukopisy bez omezení formátů, data publikace či jiných aspektů. Účet na Twitteru byl založen v říjnu roku 2015. (The Manuscripts Lab: @manuscriptslab; *The Manuscripts Lab: For the research and pedagogy of handwritten culture*, 2015)

Vatican Library: @vaticanlibrary

Účet Vatican Library je považován za oficiální v angličtině vedený Twitterový účet Vatikánské knihovny. Jeho verzi v italštině je @bibliovaticana. Tento účet byl založen v září roku 2014 a hlavními sdílenými příspěvky jsou fotografie s aktualitami z této knihovny. (Vatican Library: @vaticanlibrary)

Walters Manuscripts: @MedievalMss

Daný účet patří oddělení rukopisů a vzácných tisků ve Walters Art Museum, nacházejícím se v Baltimoru. Muzeum se zabývá digitalizací knih pro veřejnost na základě licence CC0. Hlavní příspěvky tvoří hlavně fotografie tisků, které spadají pod Muzeum Walters. Sbírka tohoto muzea zahrnuje tisky bez určení časového rozmezí. Twitterový účet byl založen v srpnu roku 2009. (Walters Manuscripts: @MedievalMss; *The Walters Art Museum*)

4.4 Tabulka srovnání jednotlivých účtů

Název účtu	@ účtu	vlastník	Rok založení	Počet sledujících	Počet příspěvků k 5. 3. 2020
15cBOOKTRADE Project	@15cBOOKTRADE	Faculty of Medieval and Modern Languages	Říjen 2014	890	400
BL Modern Manuscripts	@BL_ModernMSS	Britská knihovna	Září 2015	4637	1587
Bodleian CSB	@bodleiancsb	Bodleiana	Srpen 2011	8290	1265
Bodleian Digital Library	@BDLSS	Bodleiana	Listopad 2011	20 455	3247
Bodleian Rare Books	@RareBooksOfBod	Bodleiana (University of Oxford)	Únor 2014	23 546	1873
Book History Network	@bookhistorynetwork	D-A-CH	Srpen 2013	1232	550
CERL	@CERL_org	CERL	Duben 2013	1744	2140
Digita Vaticana	@DigitaVaticana	Vatikánská knihovna	Listopad 2014	5773	703
IlluminatedMss	@IlluminatedMss	x	Duben 2012	990	163
IRHT	@IRHT_CNRS	CNRS (Institut výzkumu textů a historie)	Únor 2013	5543	2081
IU Lilly Library	@IULillyLibrary	Univerzitní knihovna Indiana University	Září 2015	3473	1673

Knihověda.cz	@Knihoveda_cz	Knihověda.cz	Říjen 2016	11	1
Ligatus	@Ligatus_UAL	x	Květen 2011	660	299
Manuscript Society	@ManuscriptSoc	Manuscript Society	Květen 2013	822	3077
Manuscripts Online	@MedMSSO	JISC	Listopad 2011	2321	143
ManuscriptsDuMidi	@ManuscriptsMidi	Maria Alessandra Bilotta	Červen 2016	1317	3187
medievalillumina rs	@jf_illumina tor	Joanna Frońska	Leden 2012	8316	3201
Medieval Manuscripts	@BLMedieval	Britská knihovna	Leden 2012	93 782	3216
Medieval Materiality	@MedMateriality	Univerzita v Saint Andrews	Červen 2016	267	69
MS Collaboration Hub	@collaborationms	x	Březen 2015	1037	267
OBNS	@oldbooksn ewsci	University of Toronto	Leden 2016	653	1091
OxfordPsalmsNetwork	@OxfordPsalms	x	Červenec 2016	544	680
Schoenberg Institute	@SIMS_Mss	The Schoenberg Institute for Manuscript Studies	Duben 2013	3051	3234
SDBM	@schoenbergdb	The Schoenberg Institute for Manuscript Studies /University of Pennsylvania	Červenec 2010	1154	176
Teaching the Codex	@TeachingCodex	x	Červen 2015	1847	3190

The Manuscripts Lab	@manuscriptslab	Univesity of Cambridge	Říjen 2015	755	276
Vatican Library	@vaticanlibrary	Vatikánská knihovna	Září 2014	14 971	202
Walters Manuscripts	@MedievalMss	Walters Art Museum	Srpen 2009	20 409	3234

(Zdroj: vlastní)

Z vypsaných účtů v tabulce vyplývá, že datum založení hraje v počtu sledujících velkou roli – víceméně všichni, kteří svůj účet vedou více než 5 let, mají počty sledujících přesahující jeden tisíc. Najdou se ovšem i zde výjimky, například Ligatus nebo Manuscript Society.

Ukázku porovnání na těchto dvou účtech jsem si vybrala z důvodu, že oba dva účty byly založeny pouze dva roky od sebe a čísla prezentující účty rozdílná. Ligatus byl založen v květnu roku 2011 a Manuscript Society o dva roky později v tomtéž měsíci. Ligatus má 660 sledujících a Manuscript Society 822 sledujících, i tato čísla jsou podobná. Liší až v počtu příspěvků, kdy Ligatus zveřejnil 299 příspěvků a Manuscript Society 3077 příspěvků. Na těchto číslech lze prezentovat, že počet příspěvků v tomto oboru nehraje přílišnou roli – sledující jsou převážně odborná či široká veřejnost s určitým odborným zájmem, a tak je zajímavá hodnota sdílených informací, nikoliv počet.

Tento fakt mohu prezentovat na dalším pozorování, opět na účtu Ligatus, tentokrát s medievalilluminators. Medievalilluminators byl založen v lednu roku 2012, ovšem čísla sledujících přesahují mnohonásobně tisíc – celkem mají 8316 sledujících a zveřejněných příspěvků 3201. Tato čísla se zdají o mnoho vyšší než předchozí uváděná, ovšem pokud se zadíváme na obě hodnoty bez určení konkrétních čísel, jedná se téměř o stejné hodnoty – oba účty mají lehce přes čtvrtinový podíl příspěvků k číslu sledujících.

Z jazykového hlediska příspěvků je rozdíl taktéž patrný. Účty vedené v jiném jazyce než anglickém, mají méně sledujících. Tento fakt je způsoben uživatelskou základnou Twitteru – například v českém jazyce (účet Knihověda.cz) není jazyková základna Twitteru natolik rozšířená, jako u jazyka anglického.

Pokud účty porovnáme z hlediska spravujících institucí, rozdíl taktéž nalezneme. Na příkladu účtů 15cBOOKTRADE Project (spravované Fakultou středověkých a moderních jazyků) a BL Modern Manuscripts (spravováno Britskou knihovnou) uvidíme patrný rozdíl v číslech i trendech příspěvků – u 15cBOOKTRADE je uživatelů sledujících tento účet 890 a příspěvků

zveřejněných účtem 400, sdílí zejména informace o odborných akcích (založeno v říjnu roku 2014), u BL Modern Manuscripts 4627 sledujících a 1587 příspěvků, sdílí hlavně události, novinky a zajímavosti z oddělení rukopisů na Britské knihovně (založeno v září 2015). Z těchto dvou statistik vyplývá, že větším trendem v tomto porovnání jsou příspěvky Britské knihovny. Hlavní roli v tom bezesporu hraje navštěvovanost a známost Britské knihovny.

Z předchozího porovnání vyplývá, že trendovými nemusí být pouze příspěvky, ale i instituce, které účet spravují, nebo jim patří. Pro známou instituci je bezesporu snazší vybudovat si základnu sledujících snáz než neznámé soukromé osobě.

U sledovaných účtů je trendové sdílení zejména příspěvků, které obsahují fotografie rukopisů. Oblíbené jsou také informace o novinkách, které se v tomto oboru nachází. Sdílení akcí zaměřených na rukopisy a starší knižní kulturu obecně je další v pořadí oblíbenosti.

Naopak příspěvky neobsahující zajímavosti či informace z oboru, které tvoří pouze text, jsou u uživatelů nejméně oblíbené.

4.5 Analýza

V následujícím textu byly analyzovány jednotlivé části checklistu.

4.5.1 Převažující obsahová náplň účtu

Účty v tomto rozdělení jsou děleny podle tématu hlavních příspěvků. Většina patří do vícero skupin, zde jsou řazeny podle prvku, který je nejvíce odlišuje od ostatních.

Akce a události

- 15cBOOKTRADE Project: @15cBOOKTRADE – fotografie, příspěvky z prezentací projektu + sdílí důležité události, kterých se projekt zúčastnil
- Bodleian CSB: @bodleiancsb – fotografie z událostí a fotografie tisků a rukopisů + popisky
- Bodleian Rare Books: @RareBooksOfBod – fotografie tisků, fotografie knihovny a pozvánky na akce pořádané touto institucí
- Book History Network: @bookhistorynetw – fotografie tisků + pozvánky na akce
- CERL: @CERL_org – fotografie tisků a rukopisů, fotografie knihovny + novinky z oboru
- IRHT: @IRHT_CNRS – fotografie ilustrací nebo textu z rukopisů a tisku + popisky o původu, pozvánky na akce, textové příspěvky

- IU Lilly Library: @IULillyLibrary – pozvánky na akce, fotografie rukopisů a tisků + popisky
- Ligatus: @Ligatus_UAL – fotografie z akcí souvisejícími s University of the Arts v Londýně a vzácnými tisky, aktivity z oboru, upozornění na akce, fotografie a příspěvky o oboru
- Manuscripts Online: @MedMSSO – informace o aktivitách na projektu, zajímavosti z oboru
- ManuscriptsDuMidi: @ManuscriptsMidi – fotografie tisků + informace (včetně majitele a autora), fotografie z akcí
- Medieval Materiality: @MedMateriality – informace o konferenci, občasné fotografie
- Teaching the Codex: @TeachingCodex – prezentace, pozvánky a tipy na výuku
- SDBM: @schoenbergdb – fotografie z akcí zaměřením na rukopisné knihy před 1600, novinky z oboru, fotografie knih
- The Manuscripts Lab: @manuscriptslab – převážně sdílení, občas fotografie nebo pozvánka na akci

Informace web

- Knihověda.cz: @Knihoveda_cz – informace o webu

Převážně příspěvkové

- MS Collaboration Hub: @collaborationms – sdílení příspěvků, občasné fotografie
- OBNS: @oldbooksnewsci – informace z oblasti výzkumu, informace z oboru

Aktuality fondu

- Vatican Library @vaticanlibrary – fotografie s aktualitami z knihovny
- Medieval Manuscripts: @BLMedieval – fotografie z fondu knihovny
- Walters Manuscripts @MedievalMss – fotografie tisků z fondu muzea

Fotografie

- BL Modern Manuscripts: @BL_ModernMSS – fotografie tisků + popisky obsahující původ tisku
- Bodleian Digital Library: @BDLSS – fotografie rukopisů a tisků

- Digita Vaticana: @DigitaVaticana – fotografie knih procházejících digitalizací
- Illuminated Mss: @IlluminatedMss – fotografie rukopisů a tisků + informace
- Manuscript Society: @ManuscriptSoc – fotografie rukopisů a tisků + popisky
- Medievalilluminators: @jf_illuminator – fotografie zkoumaných tisků
- OxfordPsalmsNetwork: @OxfordPsalms – fotografie rukopisů + popisky
- Schoenberg Institute: @SIMS_Mss – informace o rukopisech, fotografie + popisky

Účtů zaměřených na sdílení akcí ať už pořádaných institucí, která tyto účty vlastní, nebo sdílející akce z oboru čistě pro zájem sledovatelů, je mnoho. Akce jsou podle mého názoru dobrou příležitostí, jak dostat rukopisy a vzácné tisky do pohledu širší veřejnosti a také je to způsob, jak se se sledujícími dostat do úzkého kontaktu – i osobního – a případně tak získat další sledující, které daný obor bude zajímat. Informovanost veřejnosti tím stoupne a stejně tak stoupne i zájem o twitterový účet, který pozvánku sdílí. Instituce, projekt, společnost nebo jednotlivec tak ke své akci přitáhne pozornost.

Účtů, u kterých převažuje sdílení akcí, je z celkového počtu 28 účtů 14. Jedná se převážně o účty spravované institucemi.

Účet, který sdílí informace o webu, je v tomto případě pouze jeden – Knihověda.cz. Tato společnost se ze sociálních sítí věnuje více Facebooku, protože je, jak teoretická část práce ukázala, v České republice více využívanější než Twitter. Je proto praktičtější udržovat kontakt s uživateli prostřednictvím této sociální sítě.

Ač se z prvního pohledu na veškeré příspěvky daných účtů může zdát, že každý účet sdílí příspěvky jak s textovým popiskem, tak s fotografií, bližší pohled potvrzuje, že mezi hlavní příspěvky fotografie v některých případech nepatří – takovými účty zde jsou dva, MS Collaboration Hub: @collaborationms a OBNS: @oldbooksnewsci. U MS Collaboration Hub je tento fakt způsoben tím, že hlavní část příspěvků tvoří retweety uživatelů, kteří jsou s tímto účtem propojeni. Sám účet na své příspěvky pohlíží spíše jako na fórum určené k diskuzi. V případě druhého účtu, OBNS, tvoří fotografie spíše dodatky k textovým příspěvkům. I v tomto případě je to dáno zaměřením účtu – OBNS sdružuje vědce, výzkumné pracovníky a doktorandy, kteří na tomto kanálu příspěvků interagují, a tedy se jedná spíše o diskuzi a retweety.

Aktualitami fondu se zabývají celkem tři účty: Vatican Library @vaticanlibrary, Medieval Manuscripts: @BLMedieval, Walters Manuscripts @MedievalMss. Ve dvou případech

se jedná o knihovny, ve třetím o muzeum, které ovšem ve své sbírce má rukopisné i tištěné knihy bez časového rozmezí jejich publikace.

Z celkového počtu 28 účtů pouze u osmi účtů se stávají hlavní příspěvky pouze z obrázků či fotografií a doplňkového textu. V jednom případě se jedná o fotografie tisků a rukopisných knih, které procházejí digitalizací (Digita Vaticana: @DigitaVaticana), v případě Medievalilluminators: @jf_illuminator o tisky pocházející z výzkumu.

4.5.2 Vlastník/správce účtu

Vlastnictví účtu je jedním z faktorů, který určuje potenciální úspěch účtu. Myslím si, že bývá zvykem, že účty na sociálních sítích, které vlastní známá instituce, nejlépe přístupná veřejnosti, bývají značně oblíbenější z hlediska sledujících. To, co uživatelé znají a mají v oblíbě, budou následovat i prostřednictvím internetu, je tedy podstatně snazší spravovat účet pro známou společnost, která má už při založení účtu vyšší potenciál mít více sledujících. Toto pravidlo není stoprocentní, ovšem ve většině zde sledovaných účtů se z mého pohledu potvrzuje. K oblíbenosti ovšem přispívají i jiné faktory, například struktura příspěvků, četnost zveřejňování příspěvků nebo jejich různorodost.

Vlastnictví účtu, případně společnost či jednotlivec, která účet spravuje, je pro účely této práce v tomto konkrétním bodě děleno na:

- spravováno jednotlivcem
 - účty spravované neznámým uživatelem
 - účty spravované jednotlivcem
- spravováno institucí
 - účty spravované univerzitami
 - účty spravované společnostmi/instituty
 - účty spravované knihovnami/muzei

Účty spravované neznámým uživatelem

- Illuminated Mss: @IlluminatedMss – x
- Ligatus: @Ligatus_UAL – x
- MS Collaboration Hub: @collaborationms – x
- OxfordPsalmsNetwork: @OxfordPsalms – x
- Teaching the Codex: @TeachingCodex – x

Účty spravované jednotlivcem

- ManuscriptsDuMidi: @ManuscriptsMidi – Maria Alessandra Bilotta
- Medievalilluminators: @jf_illuminator – Joanna Frońska

Účty spravované univerzitami

- 15cBOOKTRADE Project: @15cBOOKTRADE – Faculty of Medieval and Modern Languages
- IU Lilly Library: @IULillyLibrary – Univerzitní knihovna Indiana University
- Medieval Materiality: @MedMateriality – Univerzita v Saint Andrews
- OBNS: @oldbooksnewsci – University of Toronto
- SDBM: @schoenbergdb – The Schoenberg Institute for Manuscript Studies/University of Toronto
- The Manuscripts Lab: @manuscriptslab – University of Cambridge
- Bodleian Rare Books: @RareBooksOfBod – Bodleiana (University of Oxford)

Účty spravované společnostmi/instituty

- IRHT: @IRHT_CNRS – CRNS
- Knihověda.cz: @Knihoveda_cz – Knihověda.cz
- Manuscript Society: @ManuscriptSoc – Manuscript Society
- Manuscripts Online: @MedMSSO – JISC
- Schoenberg Institute: @SIMS_Mss – The Schoenberg Institute for Manuscript Studies
- Book History Network: @bookhistorynetw – D-A-CH
- CERL: @CERL_org – CERL

Účty spravované knihovnami/muzei

- BL Modern Manuscripts: @BL_ModernMSS – Britská knihovna
- Bodleian CSB: @bodleiancsb – Bodleiana
- Bodleian Digital Library: @BDLSS – Bodleiana
- Digita Vaticana: @DigitaVaticana – Vatikánská knihovna
- Medieval Manuscripts: @BLMedieval – Britská knihovna
- Vatican Library @vaticanlibrary – Vatikánská knihovna

- Walters Manuscripts @MedievalMss – Walters Art Museum

Účtů spravovaných neznámým uživatelem je pět ze všech analyzovaných účtů, jedná se o takové účty, které v popisku či na webové stránce neměly jednoznačně uvedeného majitele, případně správce. U mnohých lze ovšem jejich původ určit z názvu účtu. Jedná se o účty: Illuminated Mss: @IlluminatedMss, Ligatus: @Ligatus_UAL, MS Collaboration Hub: @collaborationms, OxfordPsalmsNetwork: @OxfordPsalms, Teaching the Codex: @TeachingCodex.

Jednotlivci spravované účty zde nacházím ve dvou případech: ManuscriptsDuMidi: @ManuscriptsMidi, správce Maria Alessandra Bilotta a Medievalilluminators: @jf_illuminator, spravované Joannou Froňskou.

Účty spravované nebo spadající pod univerzity, případně jejich fakulty jsou zde zastoupeny v počtu 7 účtů, stejně tak, jako účty spravované společnostmi, institucemi, nebo účty souvisejícími s projekty a účty spravované knihovny nebo muzei.

Rok založení/doba existence účtu

Z doby existence účtu se odvíjí počet příspěvků i počet sledujících, přesto to není jednoznačný faktor, který by určoval úspěch účtu.

Účty založené v roce 2009

- Walters Manuscripts @MedievalMss – srpen 2009

Účty založené v roce 2010

- SDBM: @schoenbergdb – červenec 2010

Účty založené v roce 2011

- Bodleian CSB: @bodleiancsb – srpen 2011
- Bodleian Digital Library: @BDLSS – listopad 2011
- Ligatus: @Ligatus_UAL – květen 2011
- Manuscripts Online: @MedMSSO – listopad 2011

Účty založené v roce 2012

- Illuminated Mss: @IlluminatedMss – duben 2012
- Medievalilluminators: @jf_illuminator – leden 2012
- Medieval Manuscripts: @BLMedieval – leden 2012

Účty založené v roce 2013

- Book History Network: @bookhistorynetw – srpen 2013
- CERL: @CERL_org – duben 2013
- IRHT: @IRHT_CNRS – únor 2013
- Manuscript Society: @ManuscriptSoc – květen 2013
- Schoenberg Institute: @SIMS_Mss – duben 2013

Účty založené v roce 2014

- 15cBOOKTRADE Project: @15cBOOKTRADE – říjen 2014
- Bodleian Rare Books: @RareBooksOfBod – únor 2014
- Digita Vaticana: @DigitaVaticana – listopad 2014
- Vatican Library @vaticanlibrary – září 2014

Účty založené v roce 2015

- BL Modern Manuscripts: @BL_ModernMSS – září 2015
- IU Lilly Library: @IULillyLibrary – září 2015
- MS Collaboration Hub: @collaborationms – březen 2015
- Teaching the Codex: @TeachingCodex – červen 2015
- The Manuscripts Lab: @manuscriptslab – říjen 2015

Účty založené v roce 2016

- ManuscriptsDuMidi: @ManuscriptsMidi – červen 2016
- Medieval Materiality: @MedMateriality – červen 2016
- OBNS: @oldbooksnewsci – leden 2016
- OxfordPsalmsNetwork: @OxfordPsalms – červenec 2016
- Knihověda.cz: @Knihoveda_cz – říjen 2016

Z tohoto porovnání vychází, že nejdéle založeným, účtem je Walters Manuscripts @MedievalMss, který byl založen v srpnu roku 2009. Zde bylo zveřejněno 3234 tweetů a počet sledujících dosáhl 20 409 uživatelů. V tomto případě určuje číslo sledujících, jak počet příspěvků, tak vlastnictví účtu veřejnosti známá instituce, ale i doba od založení tohoto účtu. Druhým účtem s nejdelší existencí je SDBM: @schoenbergdb, založený v červenci 2010. Na tomto účtu od jeho založení bylo zveřejněno pouze 176 tweetů, přesto má 1 154 sledujících – zde bude počet sledujících určovat více faktorů (vlastnictví účtu) a jedním z nich bude právě uplynulá doba od založení.

Naopak dobu nejkratšího trvání v této analýze představují účty ManuscriptsDuMidi: @ManuscriptsMidi (založeno červen 2016), Medieval Materiality: @MedMateriality (založeno červen 2016), OBNS: @oldbooksnewsci (založeno leden 2016), OxfordPsalmsNetwork: @OxfordPsalms (založeno červenec 2016) a Knihověda.cz: @Knihoveda_cz (založeno říjen 2016). V případě těchto účtů je největším ukazatelem jejich úspěchu počet zveřejněných příspěvků, dalším faktorem je pak vlastnictví účtu. Za nejúspěšnější z ohledu počtu sledujících mohou v tomto případě považovat ManuscriptsDuMidi, který dosáhl počtu 1317 sledujících – přesto toto číslo v porovnání s jinými účty a jejich sledujícími nepředstavuje vysoký počet. Z toho tedy vyplývá, že doba založení účtu je jedním z nejvíce vypovídajících faktorů jak v ohledu zveřejněných příspěvků, tak počtu sledujících.

4.5.3 Počet sledujících

Počet sledujících se přímo odvíjí od doby existence účtu, počtu zveřejněných příspěvků, jazyka účtů nebo instituce, které účet patří. Účty budou rozděleny podle počtu sledujících na skupiny:

- Účty s počtem sledujících pod 100
- Účty s počtem sledujících pod 1000
- Účty s počtem sledujících nad 1000
- Účty s počtem sledujících nad 5000
- Účty s počtem sledujících nad 10 000

Účty s počtem sledujících pod 100

- Knihověda.cz: @Knihoveda_cz – 11 sledujících

Účty s počtem sledujících pod 1000

- 15cBOOKTRADE Project: @15cBOOKTRADE – 890 sledujících
- Illuminated Mss: @IlluminatedMss – 990 sledujících
- Ligatus: @Ligatus_UAL – 660 sledujících
- Manuscript Society: @ManuscriptSoc – 822 sledujících
- Medieval Materiality: @MedMateriality – 267 sledujících
- OBNS: @oldbooksnewsci – 653 sledujících
- OxfordPsalmsNetwork: @OxfordPsalms – 544 sledujících
- The Manuscripts Lab: @manuscriptslab – 755 sledujících

Účty s počtem sledujících nad 1000

- BL Modern Manuscripts: @BL_ModernMSS – 4637 sledujících
- Book History Network: @bookhistorynetw – 1232 sledujících
- CERL: @CERL_org – 1744 sledujících
- IU Lilly Library: @IULillyLibrary – 3473 sledujících
- Manuscripts Online: @MedMSSO – 2321 sledujících
- ManuscriptsDuMidi: @ManuscriptsMidi – 1317 sledujících
- MS Collaboration Hub: @collaborationms – 1037 sledujících
- Schoenberg Institute: @SIMS_Mss – 3051 sledujících
- SDBM: @schoenbergdb – 1154 sledujících
- Teaching the Codex: @TeachingCodex – 1847 sledujících

Účty s počtem sledujících nad 5000

- Bodleian CSB: @bodleiancsb – 8290 sledujících
- Digita Vaticana: @DigitaVaticana – 5773 sledujících
- IRHT: @IRHT_CNRS – 5543 sledujících
- Medievalilluminators: @jf_illuminator – 8316 sledujících

Účty s počtem sledujících nad 10 000

- Bodleian Digital Library: @BDLSS – 20 455 sledujících
- Bodleian Rare Books: @RareBooksOfBod – 23 546 sledujících
- Medieval Manuscripts: @BLMedieval – 93 782 sledujících

- Vatican Library @vaticanlibrary – 14 971 sledujících
- Walters Manuscripts @MedievalMss – 20 409 sledujících

Z výsledného rozdělení vyplývá, že pouze jeden účet má počet sledujících uživatelů po 100 sledujících, oproti tomu hned 5 účtů převyšuje 10 000 sledujících – v případě Medieval Manuscripts: @BLMedieval dokonce toto číslo bylo převyšeno mnohokrát, s počtem 93 782 sledujících je ze skupiny sledovaných účtů tento účet v tomto ohledu nejdále.

Oproti těmto výkyvům čísel se většina účtů drží ve skupině pod 1000 sledujících (pouze v jednom případě je číslo sledujících 1000 vzdálené) a nad 1000 sledujících.

4.5.4 Počet příspěvků

Počet příspěvků je podle mého názoru důležitým aspektem pro vybudování základny sledujících uživatelů a udržení jejich pozornosti při sledování účtu. Je také faktorem k nárůstu sledujících. Pro účely této analýzy budou účty rozděleny do skupin:

- Účty s počtem příspěvků pod 100
- Účty s počtem příspěvků pod 500
- Účty s počtem příspěvků pod 1000
- Účty s počtem příspěvků nad 1000
- Účty s počtem příspěvků nad 2000
- Účty s počtem příspěvků nad 3000

Účty s počtem příspěvků pod 100

- Knihověda.cz: @Knihoveda_cz – 1 tweet
- Medieval Materiality: @MedMateriality - 69 tweetů

Účty s počtem příspěvků pod 500

- 15cBOOKTRADE Project: @15cBOOKTRADE – 400 tweetů
- Illuminated Mss: @IlluminatedMss - 163 tweetů
- Ligatus: @Ligatus_UAL – 299 tweetů
- MS Collaboration Hub: @collaborationms - 267 tweetů
- SDBM: @schoenbergdb - 176 tweetů
- The Manuscripts Lab: @manuscriptslab - 276 tweetů

- Vatican Library @vaticanlibrary - 202 tweetů
- Manuscripts Online: @MedMSSO - 143 tweetů

Účty s počtem příspěvků pod 1000

- Book History Network: @bookhistorynetw – 550 tweetů
- Digita Vaticana: @DigitaVaticana – 703 tweetů
- OxfordPsalmsNetwork: @OxfordPsalms - 680 tweetů

Účty s počtem příspěvků nad 1000

- BL Modern Manuscripts: @BL_ModernMSS – 1587 tweetů
- Bodleian CSB: @bodleiancsb – 1265 tweetů
- Bodleian Rare Books: @RareBooksOfBod – 1873 tweetů
- IU Lilly Library: @IULillyLibrary – 1673 tweetů
- OBNS: @oldbooksnewsci - 1091 tweetů

Účty s počtem příspěvků nad 2000

- CERL: @CERL_org – 2140 tweetů
- IRHT: @IRHT_CNRS – 2081 tweetů

Účty s počtem příspěvků nad 3000

- Bodleian Digital Library: @BDLSS – 3247 tweetů
- Manuscript Society: @ManuscriptSoc – 3077 tweetů
- ManuscriptsDuMidi: @ManuscriptsMidi - 3187 tweetů
- Medievalilluminators: @jf_illuminator - 3201 tweetů
- Medieval Manuscripts: @BLMedieval - 3216 tweetů
- Schoenberg Institute: @SIMS_Mss - 3234 tweetů
- Teaching the Codex: @TeachingCodex - 3190 tweetů
- Walters Manuscripts @MedievalMss - 3234 tweetů

Oproti počtu sledujících se tyto skupiny proměnily – přesto nejvíce účtů nalezneme ve skupině poslední, tedy s počtem příspěvků nad 3000 a v kategorii s počtem příspěvků pod 500. Nejvíce příspěvků zveřejnila Bodleian Digital Library: @BDLSS, celkem 3247 tweetů. Nejméně

Knihověda.cz: @Knihoveda_cz (1 tweet) a Medieval Materiality: @MedMateriality (69 tweetů).

4.5.5 Jazyk příspěvků účtu

Rozdělení podle jazyka příspěvků je ve světě internetu důležité. Správně zvolený jazyk příspěvku a popisku účtu určuje dosah příspěvku a interakce s účtem – s popisky v anglickém jazyce tak účet získá více dosahu u příspěvků, více reakcí a případně i více sledujících. Pro účely této analýzy budou účty rozděleny do skupin:

- Anglický jazyk
- Francouzský jazyk
- Italský jazyk
- Německý jazyk

Anglický jazyk

- 15cBOOKTRADE Project: @15cBOOKTRADE – anglický jazyk
- BL Modern Manuscripts: @BL_ModernMSS – anglický jazyk
- Bodleian CSB: @bodleiancsb – anglický jazyk
- Bodleian Digital Library: @BDLSS – anglický jazyk
- Bodleian Rare Books: @RareBooksOfBod – anglický jazyk
- CERL: @CERL_org – anglický jazyk
- Digita Vaticana: @DigitaVaticana – anglický jazyk
- IU Lilly Library: @IULillyLibrary – anglický jazyk
- Knihověda.cz: @Knihoveda_cz – anglický jazyk
- Ligatus: @Ligatus_UAL – anglický jazyk
- Manuscript Society: @ManuscriptSoc – anglický jazyk
- Manuscripts Online: @MedMSSO – anglický jazyk
- Medievalilluminators: @jf_illuminator – anglický jazyk
- Medieval Manuscripts: @BLMedieval – anglický jazyk
- Medieval Materiality: @MedMateriality – anglický jazyk
- MS Collaboration Hub: @collaborationms – anglický jazyk
- OBNS: @oldbooksnewsci – anglický jazyk
- OxfordPsalmsNetwork: @OxfordPsalms – anglický jazyk

- Schoenberg Institute: @SIMS_Mss – anglický jazyk
- SDBM: @schoenbergdb – anglický jazyk
- Teaching the Codex: @TeachingCodex – anglický jazyk
- The Manuscripts Lab: @manuscriptslab – anglický jazyk
- Vatican Library @vaticanlibrary – anglický jazyk
- Walters Manuscripts @MedievalMss – anglický jazyk

Francouzský jazyk

- ManuscriptsDuMidi: @ManuscriptsMidi – francouzský jazyk
- IRHT: @IRHT_CNRS – francouzský jazyk

Italský jazyk

- Illuminated Mss: @IlluminatedMss – anglický jazyk, občasně italský

Německý jazyk

- Book History Network: @bookhistorynetw – anglický i německý jazyk

Pouze dva ze sledovaných účtů používají francouzský jazyk (ManuscriptsDuMidi: @ManuscriptsMidi a IRHT: @IRHT_CNRS) ve svých příspěvcích, italský jazyk (Illuminated Mss: @IlluminatedMss) používá jeden účet v kombinaci s jazykem anglických a německý jazyk (Book History Network: @bookhistorynetw) taktéž používá pouze jeden účet, v kombinaci s jazykem anglickým. Z této analýzy vychází, že převážnou část příspěvků tvoří anglický jazyk.

4.6 Shrnutí

Sestavit jeden typ příspěvků, který bude mít vysoký úspěch u uživatelů Twitteru, je téměř nemožné. K určení oblíbenosti příspěvků neodmyslitelně patří instituce, která účet spravuje či jí patří, délka existence tohoto účtu, ale i počet sledujících a ostatních příspěvků. Dále také jazyk příspěvku je podstatnou součástí.

Tematický trend příspěvků ovšem určit lze. Nejoblíbenější jsou účty, které sdílí příspěvky určené pro široké řady sledujících – bez určení instituce, vzdělání nebo s požadováním určité úrovně vzdělanosti. Takovými příspěvky jsou aktuality z prostředí, které uživatel zná, a poté zejména fotografie – z řad fotografií jsou nejoblíbenější fotografie rukopisů.

Původní předpoklad, že nejtrendovějšími budou příspěvky v anglickém jazyce, účty spravované známými institucemi a příspěvky obsahující fotografie či jiné obrázky, se tak potvrdil.

5. Závěr

V teoretické části jsem se zabývala určením, co sociální sítě i knižní kultura jsou. Dále jsem se ve své práci věnovala novým médiím, masovým médiím, statistikám uživatelů sociálních sítí a internetu a částečně také datům z historie. Dějiny sociálních sítí nesahají do daleké minulosti, ale komunikace ať už ve psané či mluvené formě ano – předchůdci sociálních sítí tak sahají mnohem dál, než si mnozí z nás uvědomují. V práci je v rámci jedné kapitoly pojednáno i o knižní kultuře.

Cílem bakalářské práce bylo porovnání jednotlivých účtů v časovém rozmezí jednoho roku, určení trendů, které se v oblasti prezentace i uchovávání a rozšiřování kulturního dědictví a knižní kultury na sociální síti Twitter objevují a celková analýza této aktivity. Účty na sociální síti Twitter byly zkoumány z několika hledisek, z časového, z hlediska počtu příspěvků i sledujících, z hlediska instituce, která je spravuje nebo vlastní.

Z praktické části v závěru vyplynulo, že nejtrendovějšími příspěvky v této oblasti jsou příspěvky, které obsahují fotografie tisků a rukopisů a popisky jsou sepsány v anglickém jazyce, což se také shoduje s mým původním předpokladem. Z celého výzkumného šetření vyplynulo také mnoho dalších otázek, které by zahrnovaly ještě další směry, jež se vyvíjejí v průběhu následující doby používání sociálních sítí. Bylo by také zajímavé se zabývat i jinými aspekty trendů v oblasti prezentace knižní kultury, například zaměřit se současnost v knižní kultuře a zahrnout zde i nakladatelskou část tohoto oboru. Vzhledem k omezenému počtu normostran bakalářské práce, jsem se těmto námětům již nemohla věnovat, ale lze takto zaměřit další moji práci a věnovat se výše jmenovaným otázkám, případně do analýzy v praktické části práce zahrnout i jiné sociální sítě a jejich vývoj po ukončení této práce.

6. Slovník užitých pojmů

hashtag – značka užívaná k jasné identifikaci sdělované zprávy či tématu (Hashtag: Definition of Hashtag, Dictionary.com)

chat – diskuze zahrnující posílané zprávy přes internet (*Chat: meaning in the Cambridge English Dictionary*, Cambridge University Press, 2020)

trend – to, co je v určitém okamžiku či časovém období populární (Trend. *Vocabulary.com*)

tweet – krátký příspěvek na sociální síti Twitter (*Tweet: meaning in the Cambridge English Dictionary*, Cambridge University Press, 2020)

7. Seznam tabulek a obrázků

Obrázek Knihověda.cz – strana 16

Obrázek č. 1 – Tweetstats – strana 25

Obrázek č. 2 – tagy, Tweetstats – strana 26

Tabulka č. 1 – rozpis účtů – strana 34 - 36

8. Zdroje

15cBOOKTRADE Project: @15cBOOKTRADE. In: *Twitter* [online]. [cit. 2020-01-08]. Dostupné z: <https://twitter.com/15cBOOKTRADE>

15cBOOKTRADE [online]. University of Oxford [cit. 2020-02-10]. Dostupné z: <http://15cbooktrade.ox.ac.uk/>

About [online]. Pennsylvania: The Schoenberg Database of Manuscripts [cit. 2020-03-03]. Dostupné z: <https://sdbm.library.upenn.edu/pages/About>

About. *Book History and Print Culture Network: Interdisciplinary Perspectives from German-Area Scholars (D-A-CH)* [online]. [cit. 2020-02-11]. Dostupné z: <https://bookhistorynetwork.wordpress.com/about/>

About Explore Archives and Manuscripts. *Explore Archives and Manuscripts* [online]. British Library [cit. 2020-02-10]. Dostupné z: <https://www.bl.uk/help/about-explore-archives-and-manuscripts>

About. *Manuscript Collaboration Hub* [online]. 2015 [cit. 2020-03-03]. Dostupné z: <https://mscollab.hypotheses.org/about>

About. *Manuscripts Online: Written Culture 1000 to 1500* [online]. [cit. 2020-03-02]. Dostupné z: <https://manuscriptsonline.wordpress.com/about/>

About. *Medieval Materialities* [online]. 2016 [cit. 2020-03-03]. Dostupné z: <https://medievalmaterialities.wordpress.com/about/>

Antikva (Čechy a Morava) [online]. 2019 [citováno 29. 03. 2020]. Dostupný z: [http://www.encyklopedieknihy.cz/index.php?title=Antikva_\(%C4%8Cechy_a_Morava\)&ol did=17672](http://www.encyklopedieknihy.cz/index.php?title=Antikva_(%C4%8Cechy_a_Morava)&ol did=17672)

ARNOLDOVÁ, Pavla. *Marketing na sociálních sítích se zaměřením na LinkedIn a jeho využití ve firmě AGC* [online]. Praha, 2016 [cit. 2020-03-26]. Dostupné z: <https://vskp.vse.cz/eid/54612>. Bakalářská práce. Vysoká škola ekonomická v Praze. Vedoucí práce Štěpán Müller.

ASLAM, Salman. Twitter by theNumbers: Stats, Demographics & FunFacts. Omnicore: Medical & Healthy Digital Marketing Agency [online]. Omnicore Group, 2019, 10. 2. 2020 [cit. 2020-03-09]. Dostupné z: <https://www.omnicoreagency.com/twitter-statistics/>

BL Modern Manuscripts: @BL_ModernMSS. In: *Twitter* [online]. [cit. 2020-01-08]. Dostupné z: https://twitter.com/BL_ModernMSS

Bodleian CSB: @bodleiancsb. In: *Twitter* [online]. [cit. 2020-01-08]. Dostupné z: <https://twitter.com/bodleiancsb>

Bodleian Digital Library: @BDLSS. In: *Twitter* [online]. [cit. 2020-01-08]. Dostupné z: <https://twitter.com/BDLSS>

Bodleian Libraries [online]. University of Oxford [cit. 2020-02-11]. Dostupné z: <https://www.bodleian.ox.ac.uk/>

Bodleian Rare Books: @RareBooksOfBod. In: *Twitter* [online]. [cit. 2020-01-08]. Dostupné z: <https://twitter.com/RareBooksOfBod>

Book History and Print Culture Network: Interdisciplinary Perspectives from German-Area Scholars (D-A-CH) [online]. [cit. 2020-02-11]. Dostupné z: <https://bookhistorynetwork.wordpress.com/>

Book History Network: @bookhistorynetw. In: *Twitter* [online]. [cit. 2020-01-08]. Dostupné z: <https://twitter.com/bookhistorynetw>

BURNS, Kelli. *Social Media: A Reference Handbook*. Kalifornie: Contemporary World Issues Society, 2017. ISBN 9781440843556.

Chat: Meaning in the Cambridge Dictionary [online]. Cambridge University Press, 2020 [cit. 2020-04-06]. Dostupné z: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/chat>

CERL: @CERL_org. In: *Twitter* [online]. [cit. 2020-01-08]. Dostupné z: https://twitter.com/CERL_org

Consolidator Grants. *European Research Council: Supporting top researchers from anywhere in the world* [online]. [cit. 2020-02-10]. Dostupné z: <https://erc.europa.eu/funding/consolidator-grants>

ČEŇKOVÁ, Veronika. Komunikace českých mluvčích mladších 25 let napříč různými typy komunikátů na Facebooku [online]. Brno, 2014 [cit. 2020-03-14]. Dostupné z: <https://theses.cz/id/fhaqzn/>. Bakalářská práce. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta. Vedoucí práce prof. PhDr. Marie Krčmová, CSc..

DANĚK, Václav. *Možnosti komerčního využívání sociálních sítí* [online]. Praha, 2011 [cit. 2020-03-28]. Dostupné z: <https://vskp.vse.cz/eid/27050>. Bakalářská práce. Vysoká škola ekonomická v Praze. Vedoucí práce Martin Žamberský.

DAS, Subhamoy. Importance of Books in Today's World of Instant Knowledge. *LinkedIn* [online]. 2020, 2015 [cit. 2020-04-20]. Dostupné z: <https://www.linkedin.com/pulse/importance-books-todays-world-instant-knowledge-subhamoy-das>

Digitala Vaticana [online]. [cit. 2020-02-11]. Dostupné z: <http://www.digitavaticana.org/?lang=en>

Digita Vaticana: @DigitaVaticana. In: *Twitter* [online]. [cit. 2020-01-08]. Dostupné z: <https://twitter.com/DigitaVaticana>

DVOŘÁKOVÁ, Iveta. *Kouzlo psaného slova* [online]. České Budějovice, 2012 [cit. 2020-03-17]. Dostupné z: https://theses.cz/id/4ojgbq/Iveta_Dvokov_-_Diplomov_prce_Kouzlo_psanho_slova.pdf. Diplomová práce. Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích. Vedoucí práce Josef Lorenc.

DVOŘÁKOVÁ, Šárka. YouTube komunita: Partnerství a sponzorství na YouTube. Praha, 2015. 97 s. Bakalářská práce (Bc.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí bakalářské práce: Mgr. Radim Wolák.

EFLEROVÁ, Aneta. *Sociální sítě jako závislost jednadvacátého století* [online]. Hradec Králové, 2016 [cit. 2020-03-08]. Dostupné z: <https://theses.cz/id/77md0p/STAG84841.pdf>. Bakalářské práce. Univerzita Hradec Králové. Vedoucí práce Marek Franěk.

Explore Archives and Manuscripts [online]. British Library [cit. 2020-02-10]. Dostupné z: http://searcharchives.bl.uk/primo_library/libweb/action/search.do?dscent=1&dstmp=1581334908293&vid=IAMS_VU2&fromLogin=true

FALZONOVÁ, Anna. Srovnání korporátní komunikace českých společností prostřednictvím sociální sítě Twitter. Praha, 2015. 85 s. Diplomová práce (Bc.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce Mgr. Eva Máchová

FISHMAN, Erin. How to create and use hashtags. *Twitter for Business* [online]. [cit. 2020-03-28]. Dostupné z: <https://business.twitter.com/en/blog/how-to-create-and-use-hashtags.html>

Friendster Is The #1 Social Network for Adults and Youth In Malaysia. *How to Become an Entrepreneur* [online]. 2015 [cit. 2020-03-08]. Dostupné z: <http://how-to-become-an-entrepreneur.blogspot.com/2015/04/friendster-is-1-social-network-for.html>

GRAHAM, Jefferson. Flickr of idea on a gaming project led to photo website. *USA Today* [online]. 2008, 2006 [cit. 2020-03-28]. Dostupné z: https://usatoday30.usatoday.com/tech/products/2006-02-27-flickr_x.htm

Grotesk [online], 2018 [Citováno 29. 03. 2020] Dostupný z: <http://www.encyklopedieknihy.cz/index.php?title=Grotesk&oldid=14102>

Hashtag: Definition of Hashtag [online]. Dictionary.com, 2020 [cit. 2020-04-06]. Dostupné z: <https://www.dictionary.com/browse/hashtag>

HAVLOVÁ, Jaroslava. Sociální síť. In: *KTD: Česká terminologická databáze knihovnictví a informační vědy (TDKIV)* [online]. Praha : Národní knihovna ČR, 2003- [cit. 2020-03-08]. Dostupné z: https://aleph.nkp.cz/F/?func=direct&doc_number=000015947&local_base=KTD.

HOADLEY, Christopher. *Using technology to transform communities of practice into knowledge – building communities* [online]. 2005 [cit. 2020-03-12]. DOI: 10.1145/1067699.1067705. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/234802599_Using_technology_to_transform_communities_of_practice_into_knowledge-building_communities

HORVÁTOVÁ, Petra, Jiří BLÁHA a Andrea ČOPÍKOVÁ. *Řízení lidských zdrojů: Nové trendy* [online]. Praha: Management Press, 2016 [cit. 2020-03-27]. ISBN 978-80-7261-430-1. Dostupné z: <https://books.google.cz/books?id=3V2qDAAQBAJ&lpg=PA300&ots=pWCmbcN0KZ&dq=v%C5%A1eobecn%C3%A9%20a%20oborov%C3%A9%20soci%C3%A1ln%C3%AD%20s>

%C3%ADt%C4%9B&hl=cs&pg=PA300#v=onepage&q=v%C5%A1eobecn%C3%A9%20a
%20oborov%C3%A9%20soci%C3%A1ln%C3%AD%20s%C3%ADt%C4%9B&f=false

HUTCHINSON, Andrew. Google Provides Official End Date for Google+. *Social Media News* [online]. 1. 2. 2019 [cit. 2020-03-15]. Dostupné z: <https://www.socialmediatoday.com/news/google-provides-official-end-date-for-google/547354/>

IlluminatedMss: @IlluminatedMss. In: *Twitter* [online]. [cit. 2020-01-08]. Dostupné z: <https://twitter.com/IlluminatedMss>

Institut de recherche et d'histoire des textes [online]. [cit. 2020-02-12]. Dostupné z: <https://www.irht.cnrs.fr/?q=en>

IRHT: @IRHT_CNRS. In: *Twitter* [online]. [cit. 2020-01-08]. Dostupné z: https://twitter.com/IRHT_CNRS

IU Lilly Library: @IULillyLibrary. In: *Twitter* [online]. [cit. 2020-01-08]. Dostupné z: <https://twitter.com/IULillyLibrary>

Jisc [online]. [cit. 2020-03-02]. Dostupné z: <https://www.jisc.ac.uk/#>

JANDA, Filip. *Fenomén tagování na serveru Flickr.com a jeho vliv na extenzi interpretace fotografie*. Praha, 2011. 86 s. Bakalářská práce (Bc.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí bakalářské práce MgA. Filip Láb, Ph.D.

JOHNSON, EriNěmcovc. Did Instagram copy Snapchat? Not exactly, Instagram CEO Kevin Systrom says. *Vox: Recode* [online]. 2020, 2017 [cit. 2020-03-29]. Dostupné z: <https://www.vox.com/2017/6/5/15738276/instagram-snapchat-stories-copying-kevin-systrom-filters-facebook-snap-kara-swisher-decode-podcast>

KISIĆ, Sandra. *Blog jako marketingový nástroj* [online]. Praha, 2015 [cit. 2020-03-29]. Dostupné z: <https://vskp.vse.cz/56134>. Bakalářská práce. Vedoucí práce Mario Kubaš.

Knihověda.cz: @Knihoveda_cz. In: *Twitter* [online]. [cit. 2020-01-08]. Dostupné z: https://twitter.com/Knihoveda_cz

Knihověda.cz: Portál k dějinám české knižní kultury do roku 1800 [online]. Knihovna AV ČR, 2020 [cit. 2020-02-12]. Dostupné z: <https://www.knihoveda.cz/>

KONČOL, Martin. Facebook jako marketingový nástroj [online]. Praha, 2014 [cit. 2020-03-14]. Dostupné z: <https://theses.cz/id/b428b0/>. Bakalářská práce. Vysoká škola regionálního rozvoje a Bankovní institut – AMBIS, a.s.. Vedoucí práce Ing. Lukáš Herout, Ph.D..

KOVAČ, Miha. "Never mind the Web. Here comes the book." Continuity and discontinuity in the fate of reading. *LOGOS: The Journal of the World Book Community*[online]. 2008, 19(3), 151-157 [cit. 2020-03-27]. DOI: 10.2959/logo.2008.19.3.151. ISSN 09579656.

KŠANDOVÁ, Markéta. *Instagram jako prostředek komunikace* [online]. Praha, 2016 [cit. 2020-03-29]. Dostupné z: https://vskp.vse.cz/49852_instagram_jako_prostredok_komunikace. Bakalářská práce. Vysoká škola ekonomická v Praze. Vedoucí práce Markéta Kubálková.

KUBIŠOVÁ, Kateřina. *Marketingové využití sítě Pinterest* [online]. Praha, 2015 [cit. 2020-03-16]. Dostupné z: https://vskp.vse.cz/46781_marketingove_vyuziti_site_pinterest. Bakalářská práce. Vysoká škola ekonomická v Praze. Vedoucí práce Markéta Kubálková.

KURSCHUS, Stephanie. *European Book Cultures: Diversity as a Challenge* [online]. Frankfurt: Springer Fachmedien Wiesbaden, 2015 [cit. 2020-03-26]. ISBN 978-3-658-08060-0 (eBook).

LIBÝ, Martin. *Marketing sociálních sítí* [online]. Praha, 2015 [cit. 2020-03-12]. Dostupné z: https://theses.cz/id/klvp0t/205869_bpdp_final.pdf. Bakalářská práce. Vysoká škola ekonomie a managementu. Vedoucí práce Aleš Marek.

Ligatus [online]. University of the Arts London, 2020 [cit. 2020-03-02]. Dostupné z: <https://www.ligatus.org.uk/>

Ligatus: @Ligatus_UAL. In: *Twitter* [online]. [cit. 2020-01-08]. Dostupné z: https://twitter.com/Ligatus_UAL

LICHTENBERG, James. Miha Kovač, Never Mind the Web, Here Comes the Book: Oxford, England, Chandos Publishing, 2008, 170 pp., Paper, ISBN 1-84334-405-X. *Publishing Research Quarterly* [online]. 2009, 25(1), 54-55 [cit. 2020-03-27]. DOI: 10.1007/s12109-008-9098-3. ISSN 10538801.

Lilly Library [online]. Bloomington: Indiana University Bloomington, 2020 [cit. 2020-02-12]. Dostupné z: <https://libraries.indiana.edu/lilly-library>

LIN, Ying. 10 Twitter Statistics Every Marketer Should Know in 2020 [Infographic]. *Oberlo Dropshipping* [online]. 30. 11. 2019 [cit. 2020-03-09]. Dostupné z: <https://www.oberlo.com/blog/twitter-statistics>

Manuscripts juridiques du Midi [online]. [cit. 2020-03-02]. Dostupné z: <https://mj.hypotheses.org/>

Manuscript Society: @ManuscriptSoc. In: *Twitter* [online]. [cit. 2020-01-08]. Dostupné z: <https://twitter.com/ManuscriptSoc>

Manuscripts Online: @MedMSSO. In: *Twitter* [online]. [cit. 2020-01-08]. Dostupné z: <https://twitter.com/MedMSSO>

Manuscripts Online [online]. Humanities Research Institute [cit. 2020-03-02]. Dostupné z: <https://www.manuscriptsonline.org/>

ManuscriptsDuMidi: @ManuscriptsMidi. In: *Twitter* [online]. [cit. 2020-01-08]. Dostupné z: <https://twitter.com/ManuscriptsMidi>

MAREK, Jindřich. *Dějiny knižní kultury: úvod do kurzu: Seznamovací kurz ÚISK* [online]. [cit. 2020-03-19]. Dostupné z: https://dl1.cuni.cz/pluginfile.php/664665/mod_resource/content/2/dejiny_knizni_kultury_marek_00_uvod.pdf

Medievalilluminators: @jf_illuminator. In: *Twitter* [online]. [cit. 2020-01-08]. Dostupné z: https://twitter.com/jf_illuminator

Medieval Manuscripts Appreciation Society. In: *Facebook* [online]. [cit. 2020-01-08]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/groups/2223644673/>

Medieval Manuscripts: @BLMedieval. In: *Twitter* [online]. [cit. 2020-01-08]. Dostupné z: <https://twitter.com/BLMedieval>

Medieval Materiality: @MedMateriality. In: *Twitter* [online]. [cit. 2020-01-08]. Dostupné z: <https://twitter.com/MedMateriality>

MICHL, Petr. Infografika: Sociální síť v Česku v roce 2019. *PR a digitální agentura s garancí výsledku: Focus Agency* [online]. 2020, 8. 11. 2019 [cit. 2020-03-09]. Dostupné z: https://www.focus-age.cz/m-journal/aktuality/infografika--socialni-site-v-cesku-v-roce-2019__s288x14828.html

MOHSIN, Maryam. 10 Instagram Stats Every Marketer Should Know in 2020 [Infographic]. *Oberlo* [online]. 2020, 29. 11. 2019 [cit. 2020-03-10]. Dostupné z: <https://www.oberlo.com/blog/instagram-stats-every-marketer-should-know>

MS Collaboration Hub: @collaborationms. In: *Twitter* [online]. [cit. 2020-01-08]. Dostupné z: <https://twitter.com/collaborationms>

NĚMCOVÁ, Lucie. Sociální média jako nástroj komunikace v podnikovém a akademickém prostředí [online]. Plzeň, 2015 [cit. 2020-03-14]. Dostupné z: <https://theses.cz/id/9c1lme/>. Bakalářská práce. Západočeská univerzita v Plzni, Fakulta strojní. Vedoucí práce Doc. Ing. Milan Edl, Ph.D..

NOVÁKOVÁ, Vendula. *Facebook jako marketingový nástroj* [online]. Praha, 2009 [cit. 2020-03-14]. Dostupné z: <https://theses.cz/id/11fqql/>. Bakalářská práce. Vysoká škola ekonomická v Praze. Vedoucí práce Jiří Zeman.

OBNS: @oldbooksnewsci. In: *Twitter* [online]. [cit. 2020-01-08]. Dostupné z: <https://twitter.com/oldbooksnewsci>

O'DELL, Jolie. The History of Social Media. Mashable [online]. 2011 [cit. 2020-03-26]. Dostupné z: <http://mashable.com/2011/01/24/the-history-of-social-media-infographic/#Q6nLt1U.RkqF>

OldBooks New Science [online]. Toronto: Centre for Medieval Studies [cit. 2020-03-03]. Dostupné z: <https://oldbooksnewscience.com/>

OPLETALOVÁ, Markéta. *Vztahy a sociální sítě* [online]. Olomouc, 2016 [cit. 2020-03-27]. Dostupné z: <https://theses.cz/id/vlfj5x/17767639>. Bakalářská práce. Univerzita Palackého v Olomouci. Vedoucí práce Jan Šmahaj.

Oxford Psalms Network: @OxfordPsalms. In: *Twitter* [online]. [cit. 2020-01-08]. Dostupné z: <https://twitter.com/OxfordPsalms>

PAVLÍČKOVÁ, Katka. Počet lidí na českém a slovenském Instagramu k září 2019. *Businessgram* [online]. 2020, 20. 10. 2019 [cit. 2020-03-10]. Dostupné z: <https://businessgram.eu/pocet-lidi-na-ceskem-a-slovenskem-instagramu-zari-2019/>

PĚKNICOVÁ, Barbora. *Sociální sítě jako součást života mladé generace* [online]. České Budějovice, 2017 [cit. 2020-03-27]. Dostupné z: https://theses.cz/id/wg8fdb/P_knicov-

Bakal_sk_prce.txt. Bakalářská práce. Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích. Vedoucí práce Hana Francová.

PETRÁKOVÁ, Kristýna. *Vliv obsahu odebíraného prostřednictvím Instagramu na sebepřijetí a sebe prezentaci* [online]. Praha, 2018 [cit. 2020-03-10]. Diplomová práce. Univerzita Karlova v Praze. Vedoucí práce Markéta Zezulková.

PLNÁ, Nikola. *Vzory dětí a dospívajících z prostředí YouTube*. Hradec Králové: Pedagogická fakulta Univerzity Hradec Králové, 2017. 104 s. Diplomová práce.

PROKOP, Marek, Pavel UNGR a kolektiv autorů. *Online marketing: Současné trendy očima předních expertů*. Brno: Computer Press, 2014. ISBN 978-80-251-4155-7.

Promoting Europe's cultural heritage in print and manuscript: Consortium of European Research Libraries [online]. 2020 [cit. 2020-02-11]. Dostupné z: <https://www.cerl.org/>

SAGOLLA, Dom. *How Twitter Was Born. 140 Characters* [online]. 2015, 2009 [cit. 2020-03-28]. Dostupné z: <http://www.140characters.com/2009/01/30/how-twitter-was-born/>

SDBM: @schoenbergdb. In: *Twitter* [online]. [cit. 2020-01-08]. Dostupné z: <https://twitter.com/schoenbergdb>

SEMERÁDOVÁ, Tereza a Petr WEINLICH. *Marketing na Facebooku a Instagramu: Využijte naplno organický obsah i sponzorované příspěvky*. Brno: Computer Press, 2019. ISBN 978-80-251-4959-1.

Schoenberg Database of Manuscripts [online]. The Schoenberg Database of Manuscripts [cit. 2020-03-03]. Dostupné z: <https://sdbm.library.upenn.edu/>

Schoenberg Institute: @SIMS_Mss. In: *Twitter* [online]. [cit. 2020-01-08]. Dostupné z: https://twitter.com/SIMS_Mss

SIEGEL, MG. *Instagram Launches With The Hope Of Igniting Communication Through Images*. *TechCrunch* [online]. 2020, 2010 [cit. 2020-03-29]. Dostupné z: <https://techcrunch.com/2010/10/06/instagram-launch/>

SMITH, Craig. *20 Interesting Flickr Stats and Facts (2020) By the Numbers*. *DMR – Business Statistics* [online]. 2020, 20. 2. 2020 [cit. 2020-03-11]. Dostupné z: <https://expandedramblings.com/index.php/flickr-stats/>

Social Media. *Merriam-Webster* [online]. 2020 [cit. 2020-04-14]. Dostupné z: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/social%20media>

Social Network Pioneer Friendster to Erase All User Photos, Blogs and More on May 31. *TechCrunch: Startup and Technology News* [online]. 2013, 2011 [cit. 2020-03-08]. Dostupné z: <https://techcrunch.com/2011/04/26/social-network-pioneer-friendster-to-erase-all-user-photos-blogs-and-more-on-may-31/>

Sociální síť. *KTD – Česká terminologická databáze knihovnictví a informační vědy (TDKIV)* [online]. Ex Libris, NK ČR, 2014 [cit. 2020-03-08]. Dostupné z: <http://aleph.nkp.cz/publ/ktd/00001/59/000015947.htm>

STUDENTOVÁ, Lucie. *Využití sociálních sítí v obcích* [online]. Hradec Králové, 2019 [cit. 2020-03-27]. Dostupné z: <https://theses.cz/id/rx2m40/31891898>. Diplomová práce. Univerzita Hradec Králové. Vedoucí práce Libuše Svobodová.

SVOBODOVÁ, Lucie. Facebook a Instagram jako součást životního stylu mládeže – kvalitativní výzkum o způsobu chování teenagerů na sociálních sítích. Praha, 2016. 79 s. Diplomová práce; Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce PhDr. Lenka Vochocová, Ph.D.

SVATOŠOVÁ, Lucie. *Vývoj písma v evropské kultuře od 9. do 19. století* [online]. Praha, 2015 [cit. 2020-03-29]. Dostupné z: https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=2ahUKEwiZzdvqqb_oAhWTTcAKHbNUDhwQFjABegQIBBAB&url=https%3A%2F%2Fis.cuni.cz%2Fwebapps%2Fzvp%2Fdownload%2F130165734&usq=AOvVaw19eGni7u_zaEfLF0hYvpRJ. Bakalářská práce. Univerzita Karlova v Praze. Vedoucí práce Jana Průšová.

ŠILHAN, Jan. *Vznik a vývoj divize Nová média ČT* [online]. Praha, 2015 [cit. 2020-03-28]. Dostupné z: <https://is.cuni.cz/webapps/zvp/detail/152124>. Bakalářská práce. Univerzita Karlova v Praze. Vedoucí práce Martin Lokšík.

ŠÍMOVÁ, Romana. *Internet a jeho rizika z pohledu žáků základní školy* [online]. 2012 [cit. 2019-12-28]. Dostupné z: https://theses.cz/id/wmzq1p/BAKALSK_PRCE.pdf?lang=sk;zpet=%2Fvyhledavani%2F%3Fsearch%3Dnavolnenoze.cz%26start%3D9. Bakalářská práce. Vysoká škola ekonomická v Praze a Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích. Vedoucí práce Miroslav Procházka

ŠUŠIČ, Luka. Srovnání sociálních sítí Facebook a Google plus a jejich využití v oblasti marketingu [online]. Praha, 2011 [cit. 2020-03-15]. Dostupné z: <https://theses.cz/id/cwt02p/>. Bakalářská práce. Vysoká škola ekonomická v Praze. Vedoucí práce Martin Žamberský.

Teaching the Codex: Pedagogical Approaches to Palaeography and Codicology [online]. [cit. 2020-03-03]. Dostupné z: <https://teachingthecodex.com/>

TeachingtheCodex: @TeachingCodex. In: *Twitter* [online]. [cit. 2020-01-08]. Dostupné z: <https://twitter.com/TeachingCodex>

TERREL, Keith. The History of Social Media. HISTORY COOPERATIVE [online]. 2015 [cit. 2020-03-26]. Dostupné z: <http://historycooperative.org/the-history-of-social-media/>

The Lilly Library, Indiana University: @IULillyLibrary. *Facebook* [online]. [cit. 2020-02-12]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/IULillyLibrary/>

The Manuscripts Lab: @manuscriptslab. In: *Twitter* [online]. [cit. 2020-01-08]. Dostupné z: <https://twitter.com/manuscriptslab>

The Manuscript sLab: For the research and pedagogy of handwritten culture [online]. 2015 [cit. 2020-03-05]. Dostupné z: <https://www.english.cam.ac.uk/manuscriptslab/>

The Oxford Psalms Network [online]. Oxford: The Oxford Research Centre in the Humanities [cit. 2020-03-03]. Dostupné z: <https://www.torch.ox.ac.uk/psalms>

The Walters Art Museum [online]. [cit. 2020-03-05]. Dostupné z: <https://thewalters.org/>

Trend. Vocabulary.com: *English Dictionary* [online]. [cit. 2020-04-27]. Dostupné z: <https://www.vocabulary.com/dictionary/trend>

TYMA, Adam W., HERBIG, Art a Andrew F. HERRMANN, ed. *Beyond new media: discourse and critique in a polymediated age* / edited by Art Herbig, Andrew F. Herrmann, and Adam W. Tyma. Londýn: Lexington Books, 2015. ISBN 9780739191033.

Tweet: Meaning in the Cambridge Dictionary [online]. Cambridge University Press, 2020 [cit. 2020-04-06]. Dostupné z: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/tweet>

Typografie II: kniha a knižní edice [online]. [cit. 2020-01-05]. Dostupné z: https://is.muni.cz/el/1433/jaro2014/PV067/um/Prednaska_Typografie_II.pdf

URBÁNKOVÁ, Nikola. *Blog jako specifický žánr online publicistiky* [online]. 2013 [cit. 2020-03-29]. Dostupné z:

https://is.muni.cz/th/ilo9b/Blog_jako_specificky_zanr_online_publicistiky.pdf. Bakalářská práce. Masarykova univerzita. Vedoucí práce Zuzana Kobíková.

Vatican Library: @vaticanlibrary. In: *Twitter* [online]. [cit. 2020-01-08]. Dostupné z: <https://twitter.com/vaticanlibrary>

VELIČKA, Tomáš. Knižní kultura v pozdně středověkých Lounech a počátky tamní historiografie (do poloviny 16. století) / Book culture in late medieval Louny and the beginnings of historiography there (to the mid-16th century). *Studie o rukopisech / Manuscript Studies* [online]. 2018, (48), 79-115 [cit. 2020-03-27]. ISSN 05855691.

VENKAT MANI, B. *Recoding World Literature: Libraries, Print Culture, and Germany's Pact with Books*. New York: Fordham University Press, 2017. ISBN 9780823273409.

VIKTORA, Jiří. *Komunikace České televize na sociálních sítích* [online]. Praha, 2017 [cit. 2020-03-15]. Dostupné z: <https://is.cuni.cz/webapps/zzp/detail/152391/>. Bakalářská práce. Univerzita Karlova. Vedoucí práce Miloš Čermák.

VODIČKOVÁ, Alžběta. *Návrh komunikační strategie prostřednictvím Pinterestu pro vybranou firmu* [online]. Brno, 2015 [cit. 2020-03-16]. Dostupné z: https://is.mendelu.cz/zp/portal_zp.pl?prehled=vyhledavani;podrobnosti=56375;zp=48314;dinf_o_jazyk=3;lang=cz. Bakalářská práce. Mendelova univerzita v Brně. Vedoucí práce Jana Turčínková.

Walters Manuscripts: @MedievalMss. In: *Twitter* [online]. [cit. 2020-01-08]. Dostupné z: <https://twitter.com/MedievalMss>

Weston Library: Bodleian Libraries [online]. University of Oxford [cit. 2020-02-11]. Dostupné z: <https://www.bodleian.ox.ac.uk/weston>

What Is New Media? *Southeastern University: Online Learning* [online]. Southeastern University, 2020, 2016 [cit. 2020-04-14]. Dostupné z: <https://online.seu.edu/articles/what-is-new-media/>

What is SixDegrees. *SixDegrees* [online]. [cit. 2020-03-08]. Dostupné z: <https://www.sixdegreesnews.org/what-is-sixdegrees>

WINKLER, Aleš. *Úloha nových médií v pořadu Hyde park České televize* [online]. Brno, 2014 [cit. 2020-03-12]. Dostupné z: https://is.muni.cz/th/xcf4h/Bakalarska_diplomova_prace_Winkler_Finale.pdf. Bakalářská práce. Masarykova univerzita. Vedoucí práce Martin Flašar.

WITKOVSKÁ, Jana. *Masová média* [online]. Brno, 2013 [cit. 2020-03-28]. Dostupné z: <<https://theses.cz/id/pdlqdt/>>. Bakalářská práce. Masarykova univerzita, Pedagogická fakulta. Vedoucí práce PhDr. Milan Valach, Ph.D.

ZAVADILOVÁ, Radka. *Česká nakladatelství a Facebook: Analýza komunikace* [online]. Olomouc, 2015 [cit. 2020-01-05]. Dostupné z: <<https://theses.cz/id/0vpbuh/>>. Bakalářská práce. Univerzita Palackého v Olomouci, Filozofická fakulta. Vedoucí práce Mgr. Vladimír Polách, Ph.D.

ZEEVI, Daniel. *The Ultimate History of Facebook [INFOGRAPHIC]*. Social Media Today [online]. 2013 [cit. 2020-03-26]. Dostupné z: <http://www.socialmediatoday.com/content/ultimate-history-facebook-infographic>

9. Seznam příloh

Příloha č. 1: 15cBOOKTRADE Project: @15cBOOKTRADE – strana 69

Příloha č. 2: BL ModernManuscripts: @BL_ModernMSS – strana 70

Příloha č. 3: Bodleian CSB: @bodleiancsb – strana 71

Příloha č. 4: Bodleian Digital Library: @BDLSS – strana 72

Příloha č. 5: BodleianRareBooks: @RareBooksOfBod – strana 73

Příloha č. 6: Book History Network: @bookhistorynetw – strana 74

Příloha č. 7: CERL: @CERL_org – strana 75

Příloha č. 8: DigitaVaticana: @DigitaVaticana – strana 76

Příloha č. 9: IlluminatedMss: @IlluminatedMss – strana 77

Příloha č. 10: IRHT: @IRHT_CNRS – strana 78

Příloha č. 11: IU Lilly Library: @IULillyLibrary – strana 79

Příloha č. 12: Knihověda.cz: @Knihoveda_cz – strana 80

Příloha č. 13: Ligatus: @Ligatus_UAL – strana 81

Příloha č. 14: Manuscript Society: @ManuscriptSoc – strana 82

Příloha č. 15: Manuscripts Online: @MedMSSO – strana 83

Příloha č. 16: ManuscritsDuMidi: @ManuscritsMidi – strana 84

Příloha č. 17: Medievalilluminators: @jf_illuminator – strana 85

Příloha č. 18: Medieval Manuscripts: @BLMedieval – strana 86

Příloha č. 19: Medieval Materiality: @MedMateriality – strana 87

Příloha č. 20: MS Collaboration Hub: @collaborationms – strana 88

Příloha č. 21: OBNS: @oldbooksnewsci – strana 89

Příloha č. 22: OxfordPsalmsNetwork: @OxfordPsalms – strana 90

Příloha č. 23: Schoenberg Institute: @SIMS_Mss – strana 91

Příloha č. 24: SDBM: @schoenbergdb – strana 92

Příloha č. 25: Teaching the Codex: @TeachingCodex – strana 93

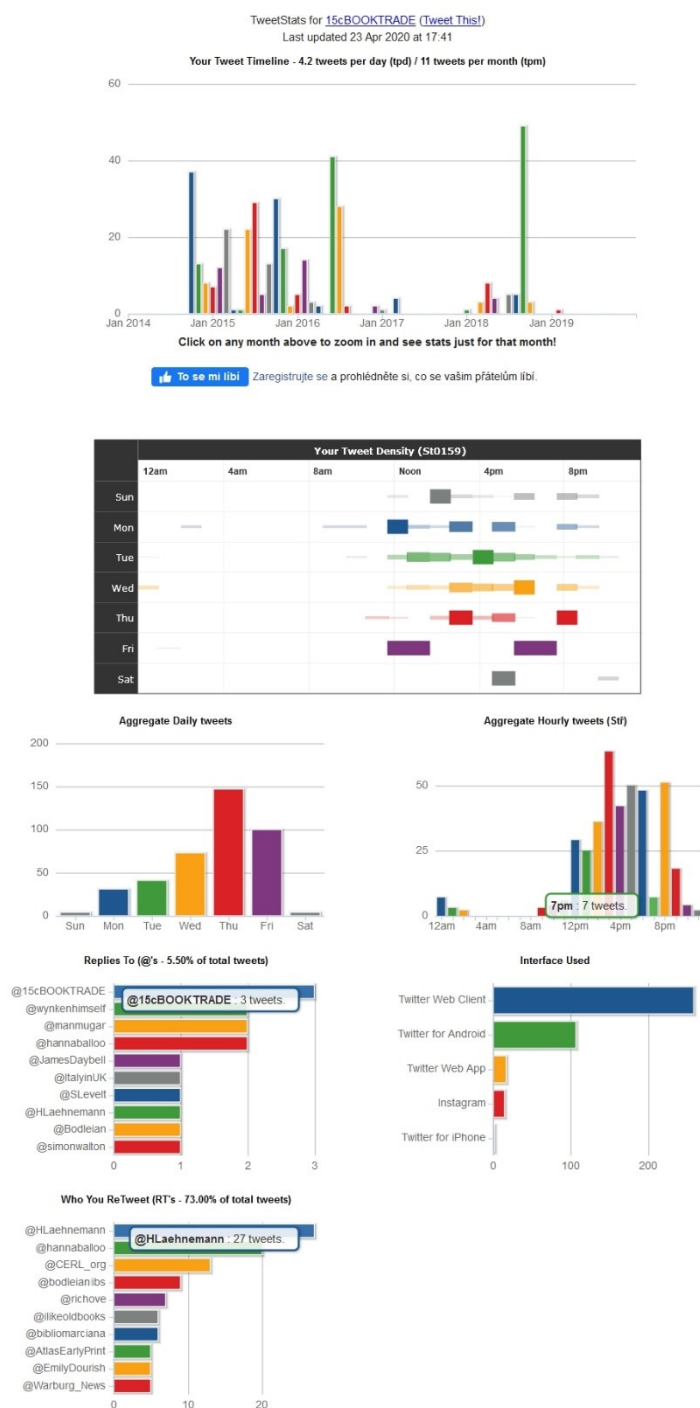
Příloha č. 26: TheManuscriptsLab: @manuscriptslab – strana 94

Příloha č. 27: VaticanLibrary @vaticanlibrary – strana 95

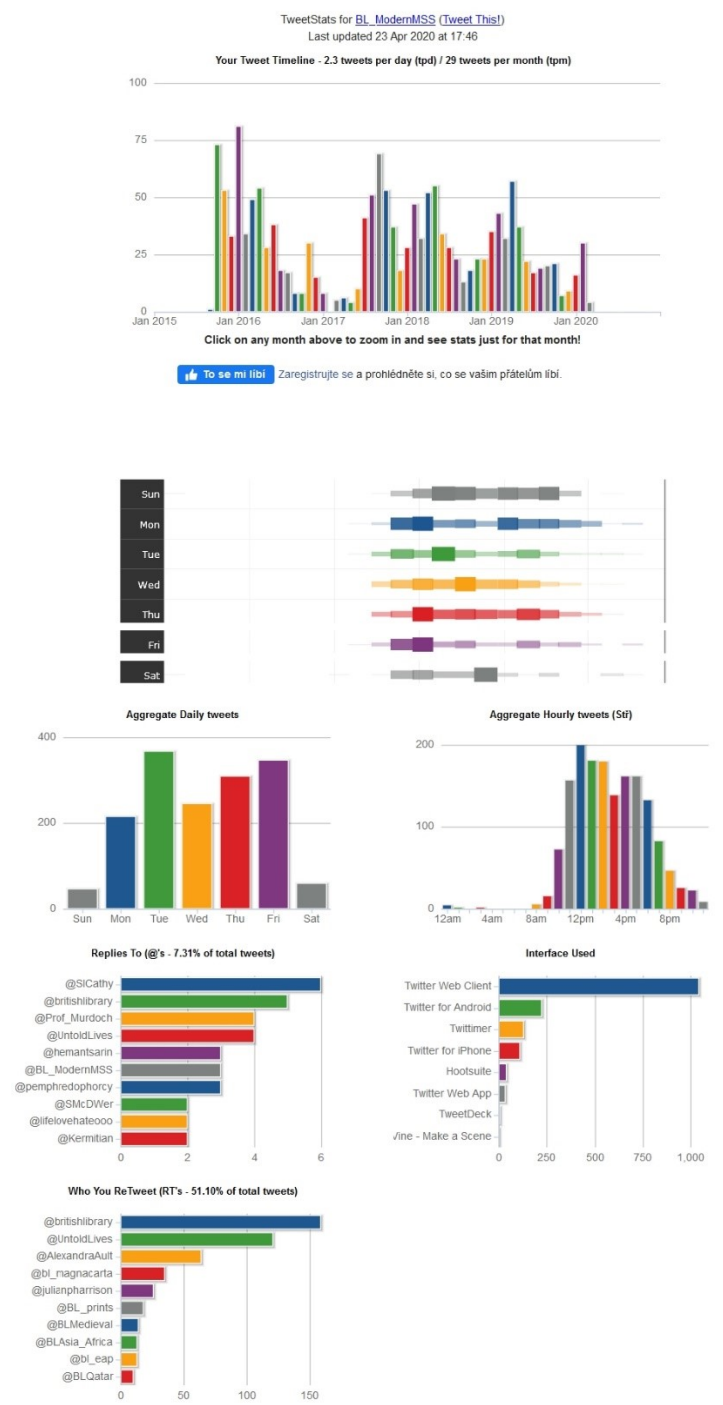
Příloha č. 28: WaltersManuscripts @MedievalMss – strana 96

10. Přílohy

Příloha č. 1: 15cBOOKTRADE Project: @15cBOOKTRADE



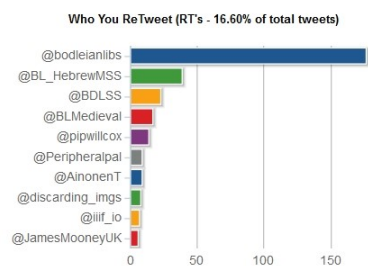
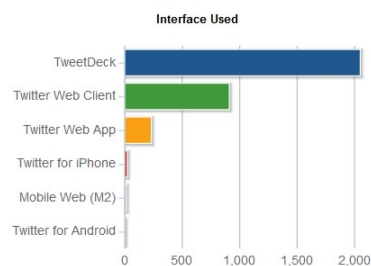
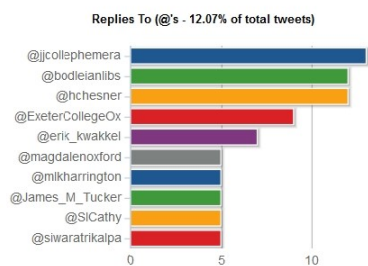
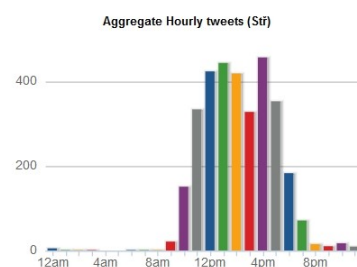
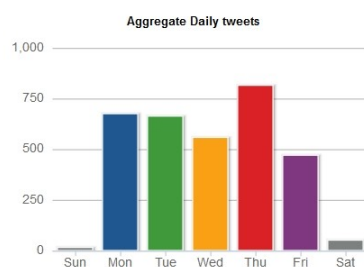
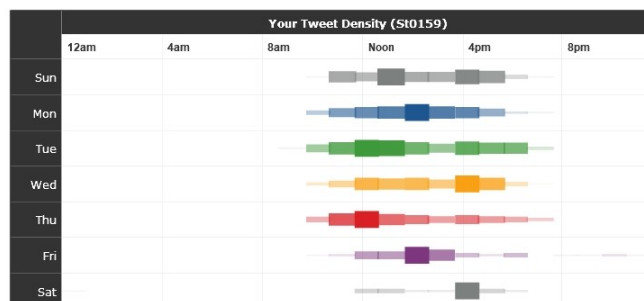
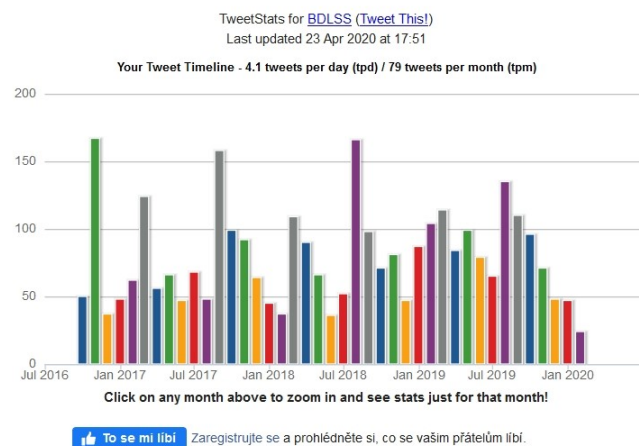
Příloha č. 2: BL ModernManuscripts: @BL_ModernMSS



Příloha č. 3: Bodleian CSB: @bodleiancsb



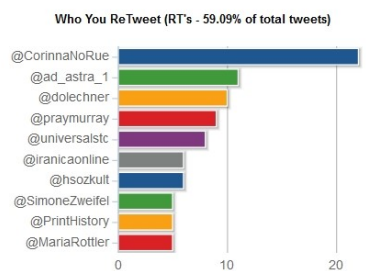
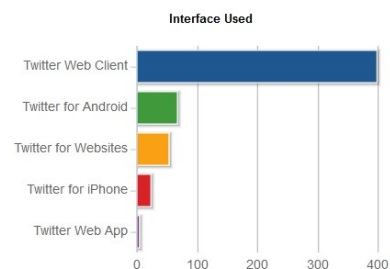
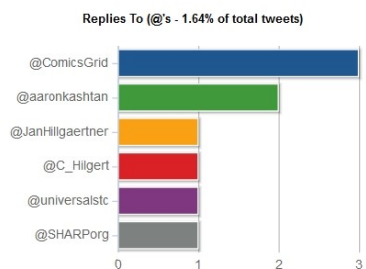
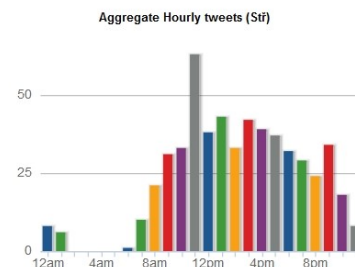
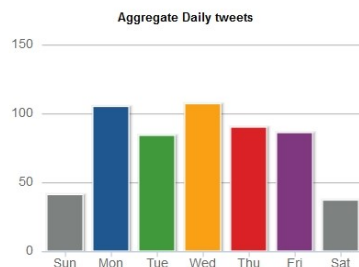
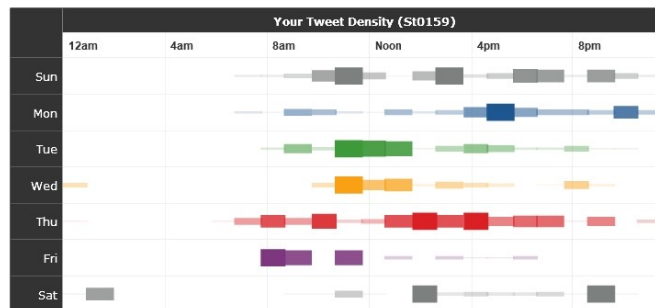
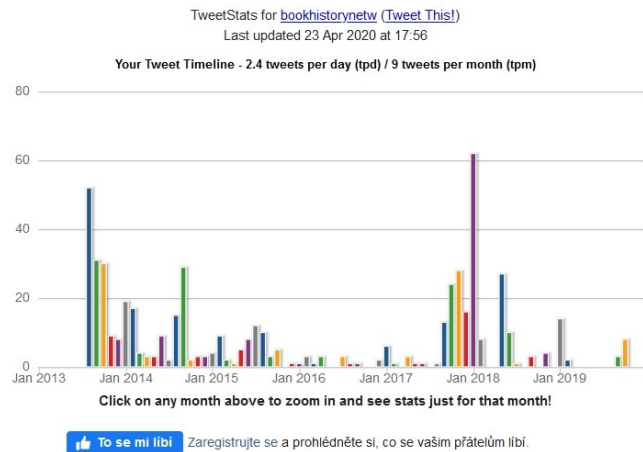
Příloha č. 4: Bodleian Digital Library: @BDLSS



Příloha č. 5: BodleianRareBooks: @RareBooksOfBod



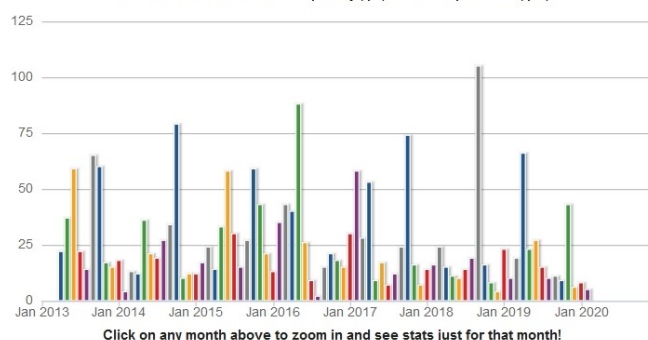
Příloha č. 6: Book History Network: @bookhistorynetw



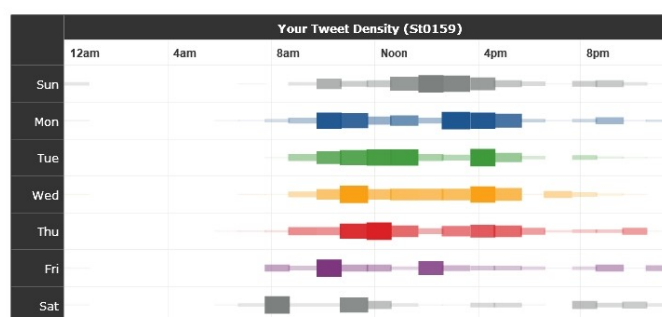
Příloha č. 7: CERL: @CERL_org

TweetStats for [CERL_org](#) ([Tweet This!](#))
Last updated 23 Apr 2020 at 17:58

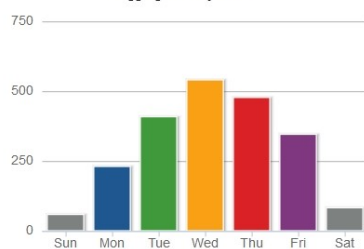
Your Tweet Timeline - 2.9 tweets per day (tpd) / 25 tweets per month (tpm)



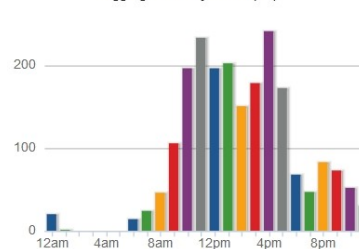
[To se mi líbí](#) Zaregistrujte se a prohlédněte si, co se vašim přátelům líbí.



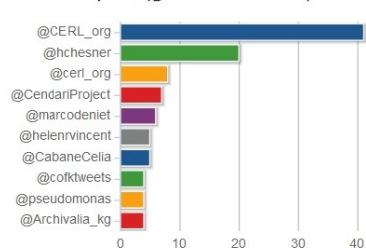
Aggregate Daily tweets



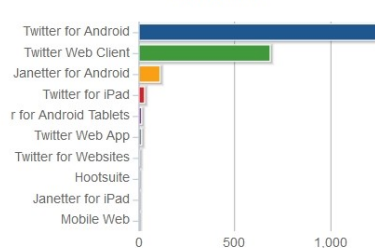
Aggregate Hourly tweets (Stf)



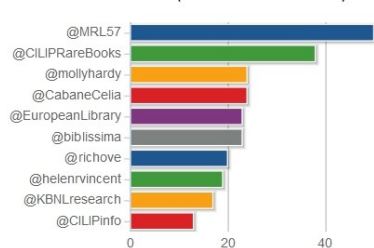
Replies To (@'s - 11.21% of total tweets)



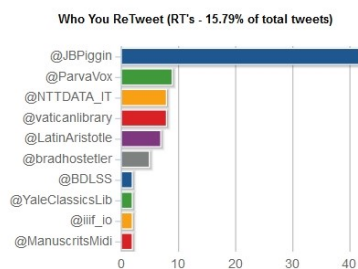
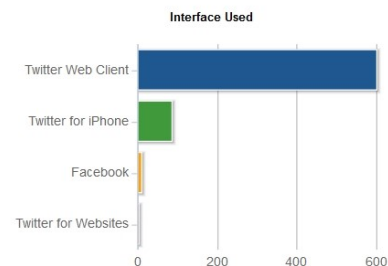
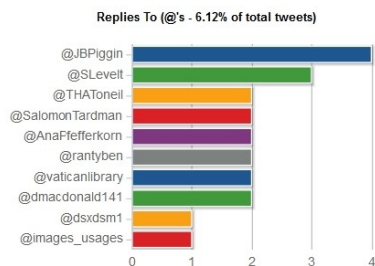
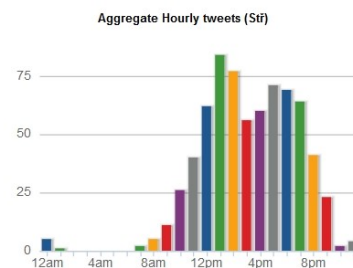
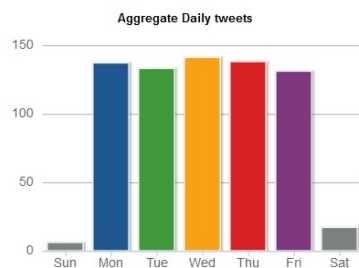
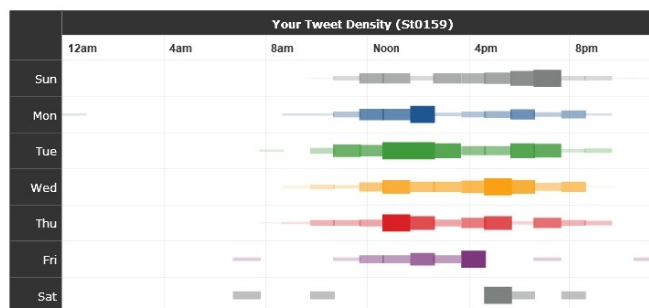
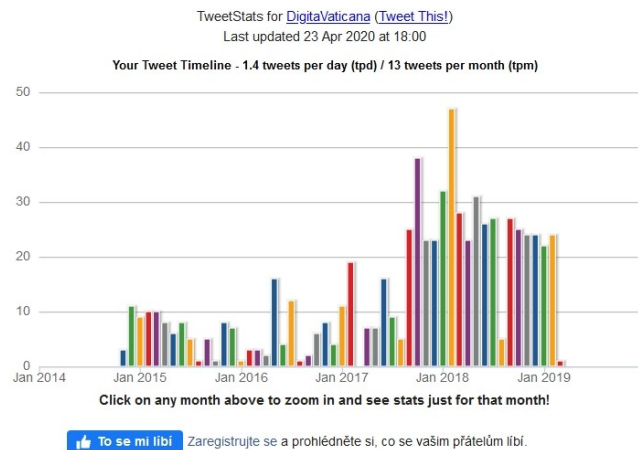
Interface Used



Who You ReTweet (RT's - 68.08% of total tweets)



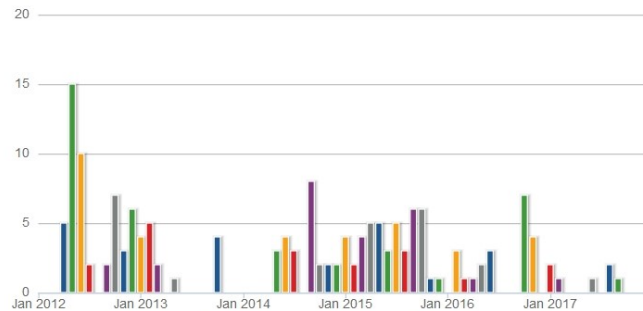
Příloha č. 8: DigitaVaticana: @DigitaVaticana



Příloha č. 9: IlluminatedMss: @IlluminatedMss

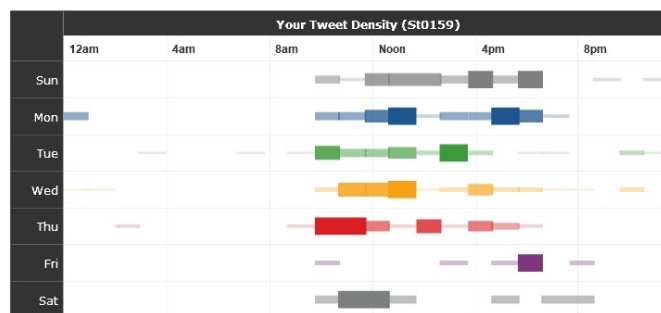
TweetStats for [IlluminatedMss](#) ([Tweet This!](#))
Last updated 23 Apr 2020 at 18:02

Your Tweet Timeline - 1.2 tweets per day (tpd) / 3 tweets per month (tpm)

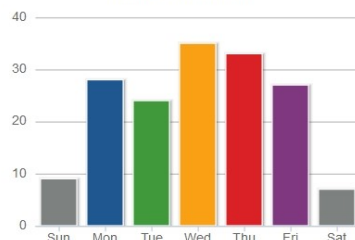


Click on any month above to zoom in and see stats just for that month!

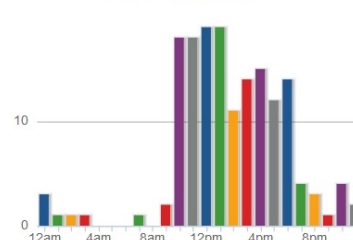
[To se mi líbí](#) Zaregistrujte se a prohlédněte si, co se vašim přátelům líbí.



Aggregate Daily tweets



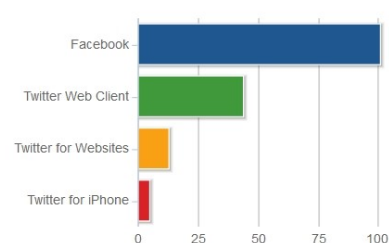
Aggregate Hourly tweets (Stf)



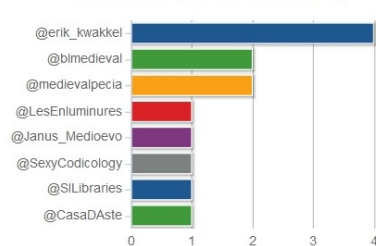
Replies To (@'s - 0.00% of total tweets)



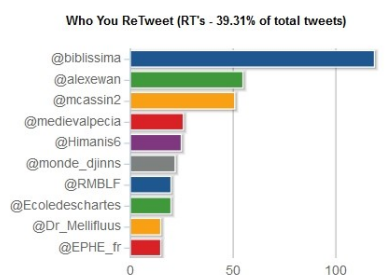
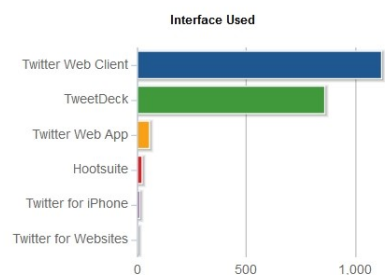
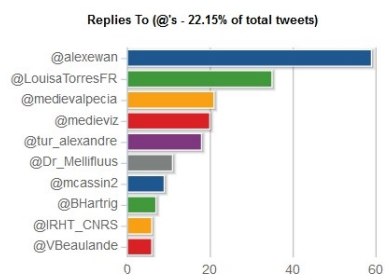
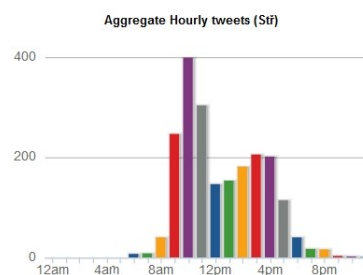
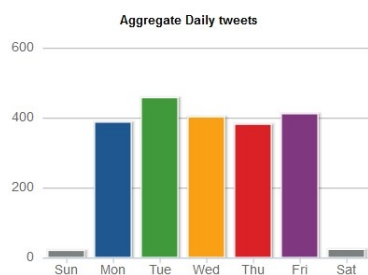
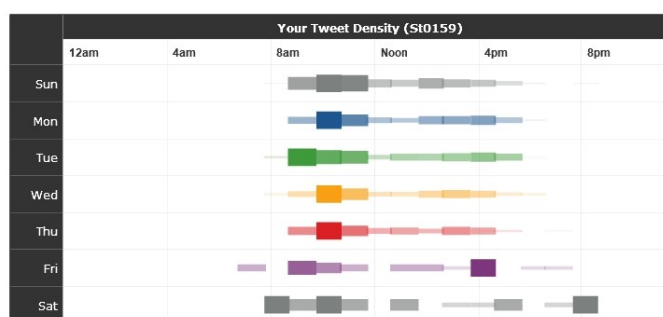
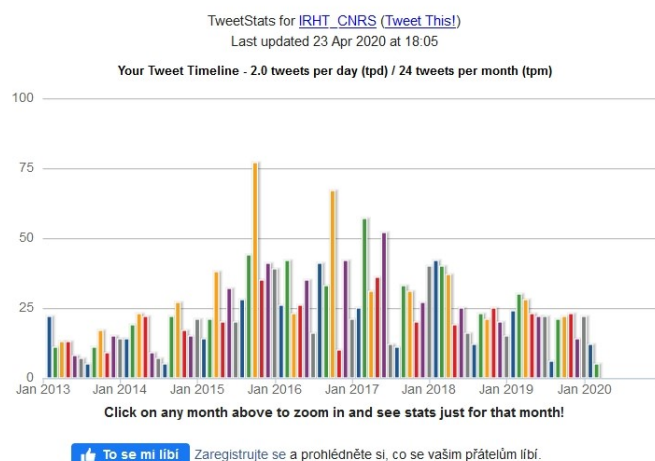
Interface Used



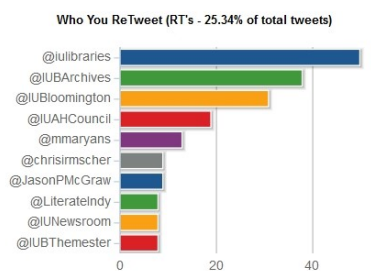
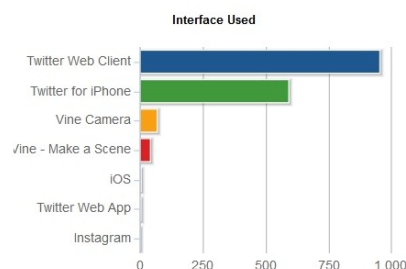
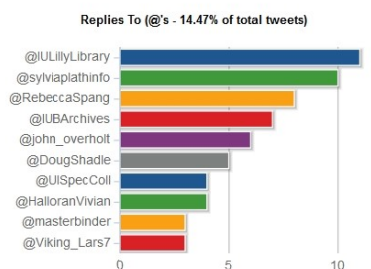
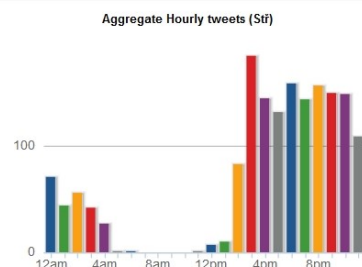
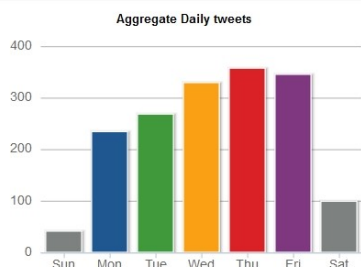
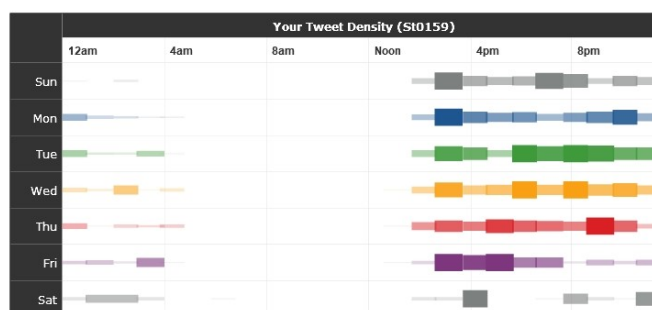
Who You ReTweet (RT's - 7.98% of total tweets)



Příloha č. 10: IRHT: @IRHT_CNRS



Příloha č. 11: IU Lilly Library: @IULillyLibrary

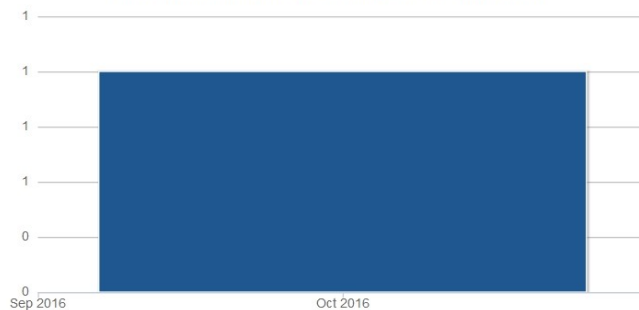


Příloha č. 12: Knihověda.cz: @Knihoveda_cz

TweetStats for [Knihoveda_cz](#) ([Tweet This!](#))

Last updated 23 Apr 2020 at 18:09

Your Tweet Timeline - 1.0 tweets per day (tpd) / 1 tweets per month (tpm)

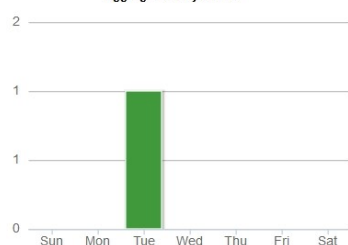


Click on any month above to zoom in and see stats just for that month!

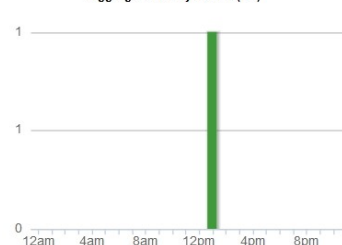
[To se mi líbí](#) Zaregistrujte se a prohlédněte si, co se vašim přátelům líbí.

	Your Tweet Density (St0159)					
	12am	4am	8am	Noon	4pm	8pm
Sun						
Mon						
Tue						
Wed						
Thu						
Fri						
Sat						

Aggregate Daily tweets



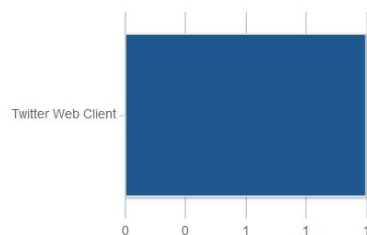
Aggregate Hourly tweets (Stf)



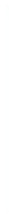
Replies To (@'s - 0.00% of total tweets)



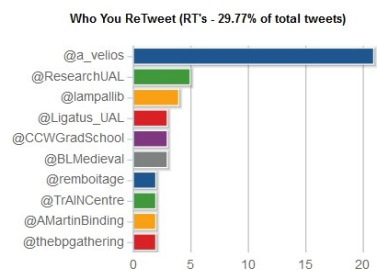
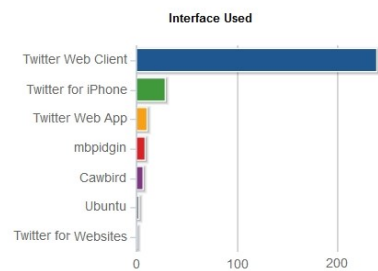
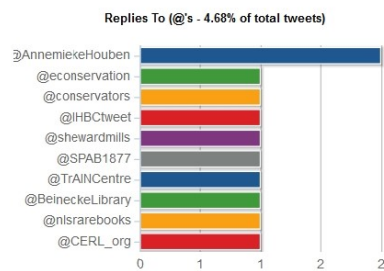
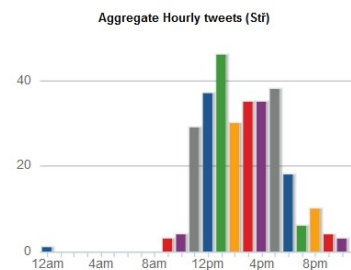
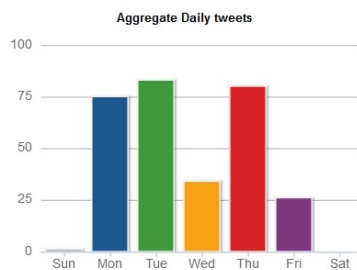
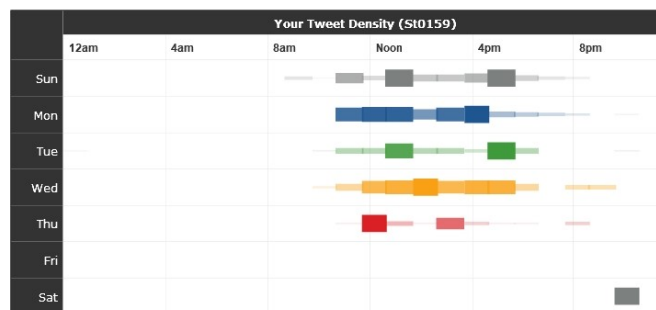
Interface Used



Who You ReTweet (RT's - 0% of total tweets)



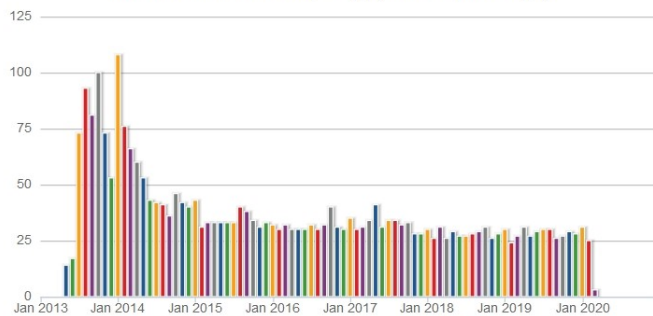
Příloha č. 13: Ligatus: @Ligatus_UAL



Příloha č. 14: Manuscript Society: @ManuscriptSoc

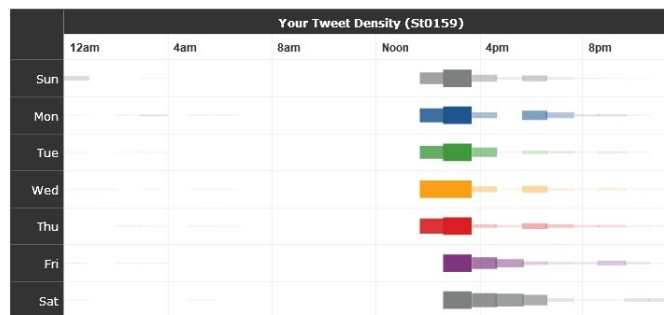
TweetStats for [ManuscriptSoc](#) ([Tweet This!](#))
Last updated 23 Apr 2020 at 18:13

Your Tweet Timeline - 1.4 tweets per day (tpd) / 37 tweets per month (tpm)

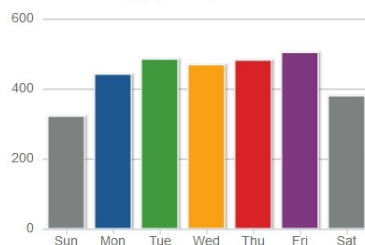


Click on any month above to zoom in and see stats just for that month!

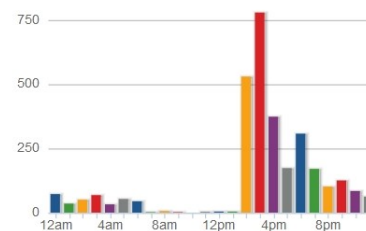
[To se mi líbí](#) Zaregistrujte se a prohlédněte si, co se vašim přátelům líbí.



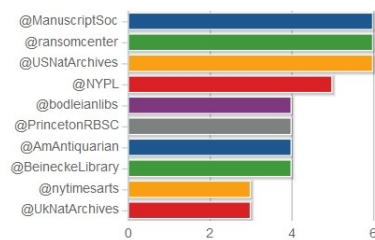
Aggregate Daily tweets



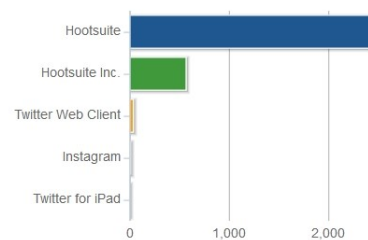
Aggregate Hourly tweets (Sti)



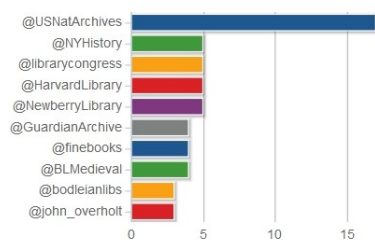
Replies To (@'s - 5.13% of total tweets)



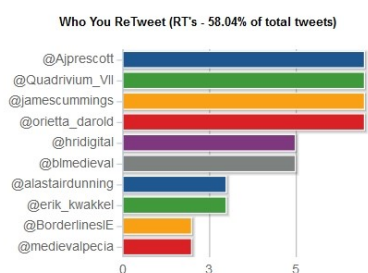
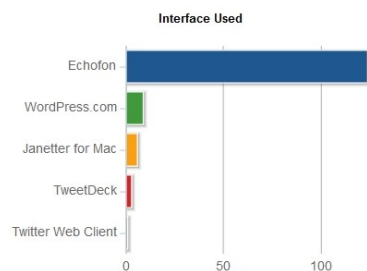
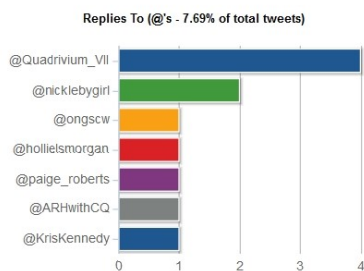
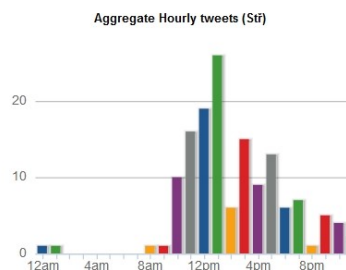
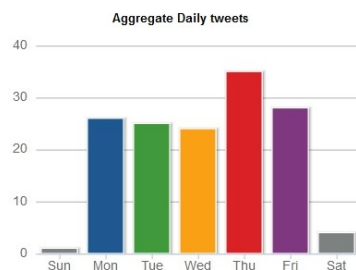
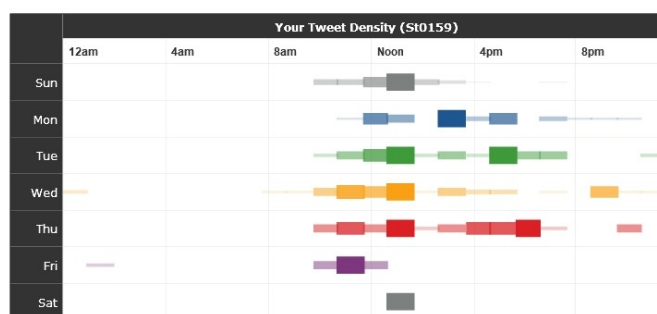
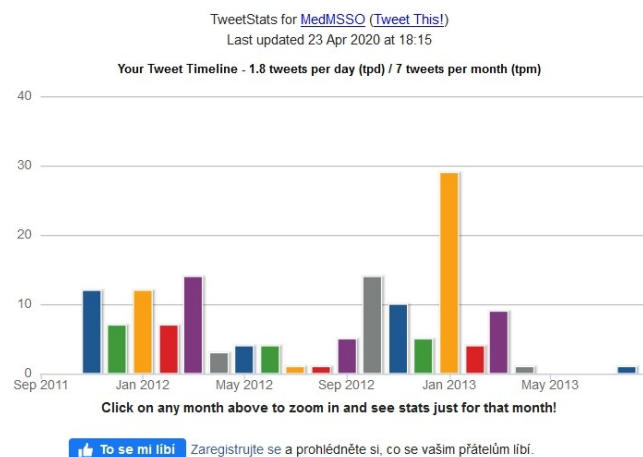
Interface Used



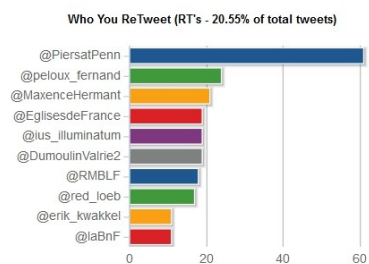
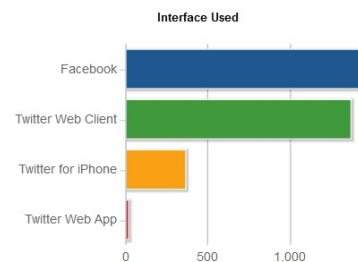
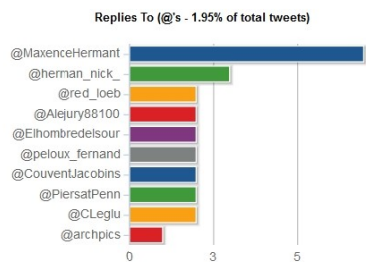
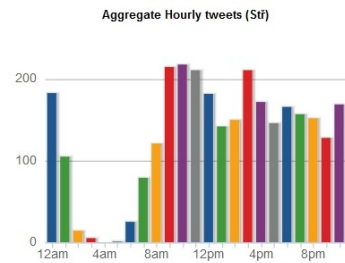
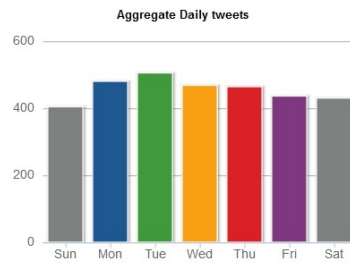
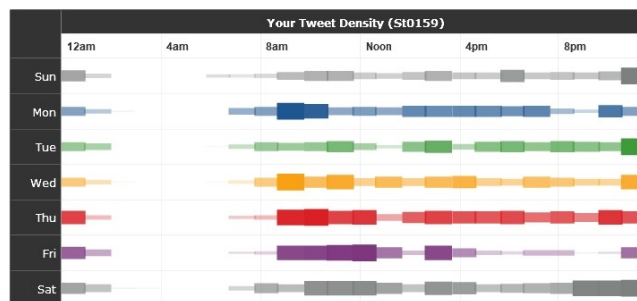
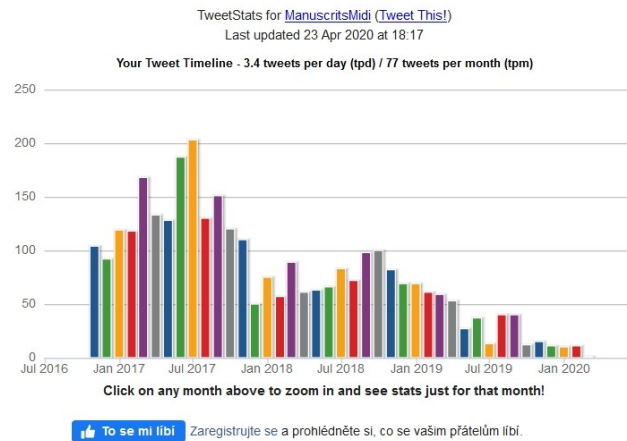
Who You ReTweet (RT's - 5.56% of total tweets)



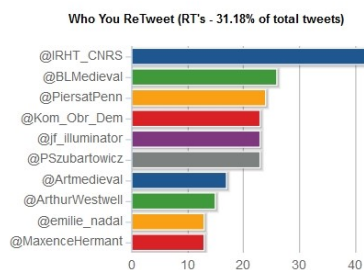
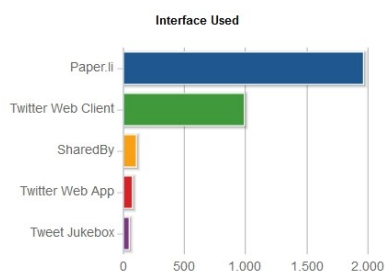
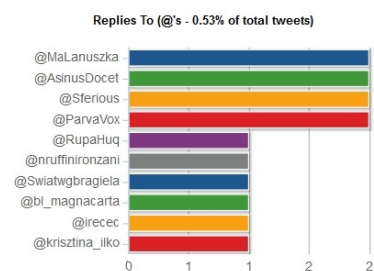
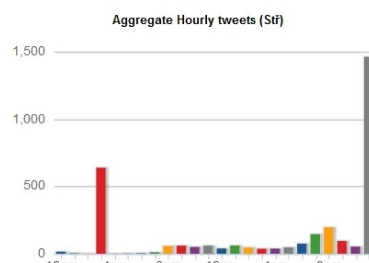
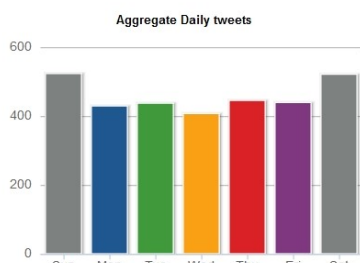
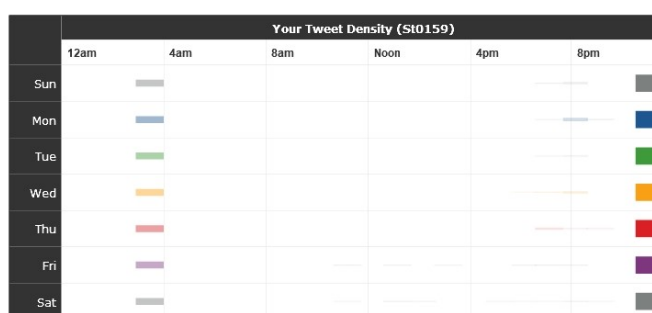
Příloha č. 15: Manuscripts Online: @MedMSSO



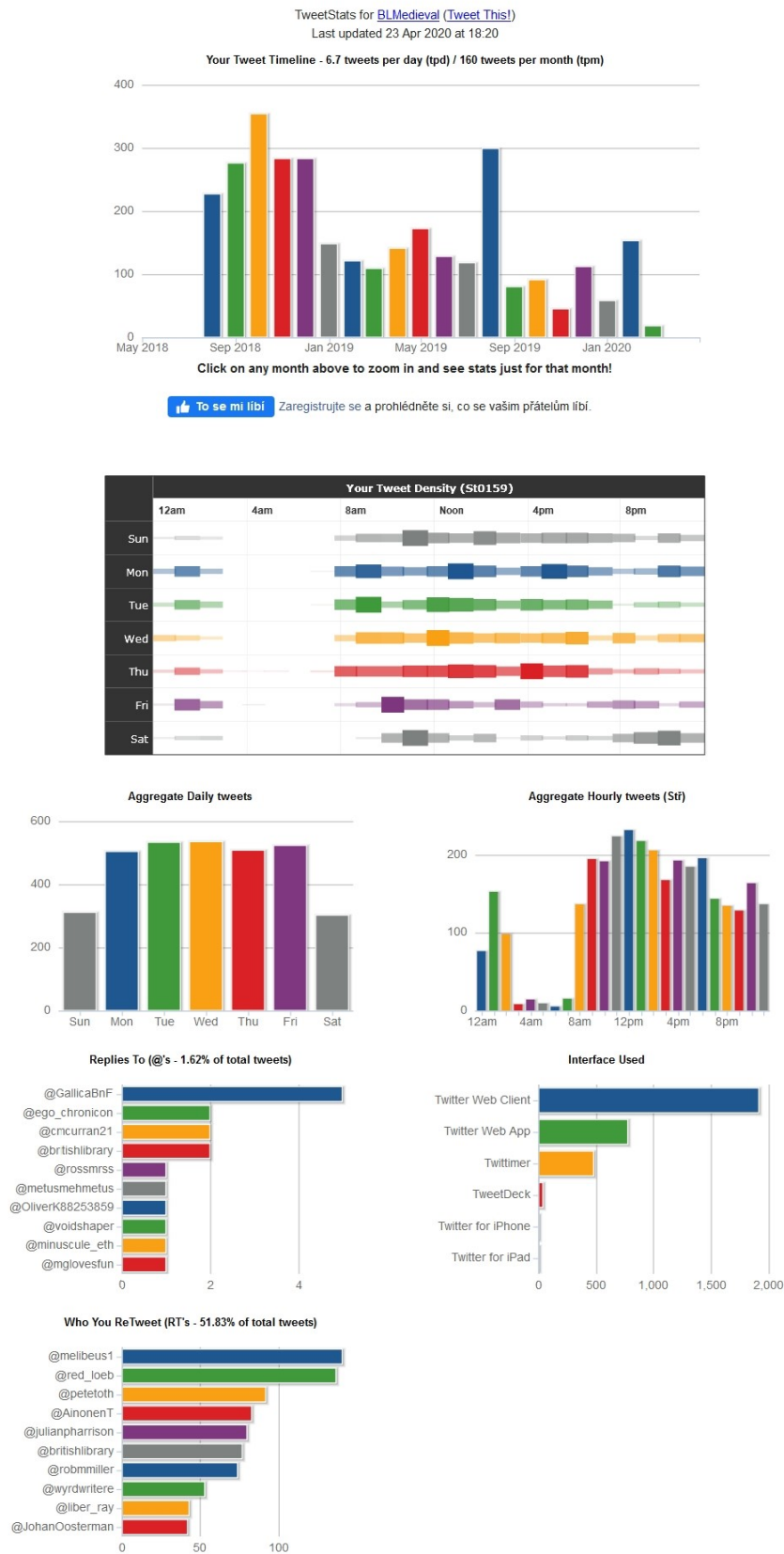
Příloha č. 16: ManuscritsDuMidi: @ManuscritsMidi



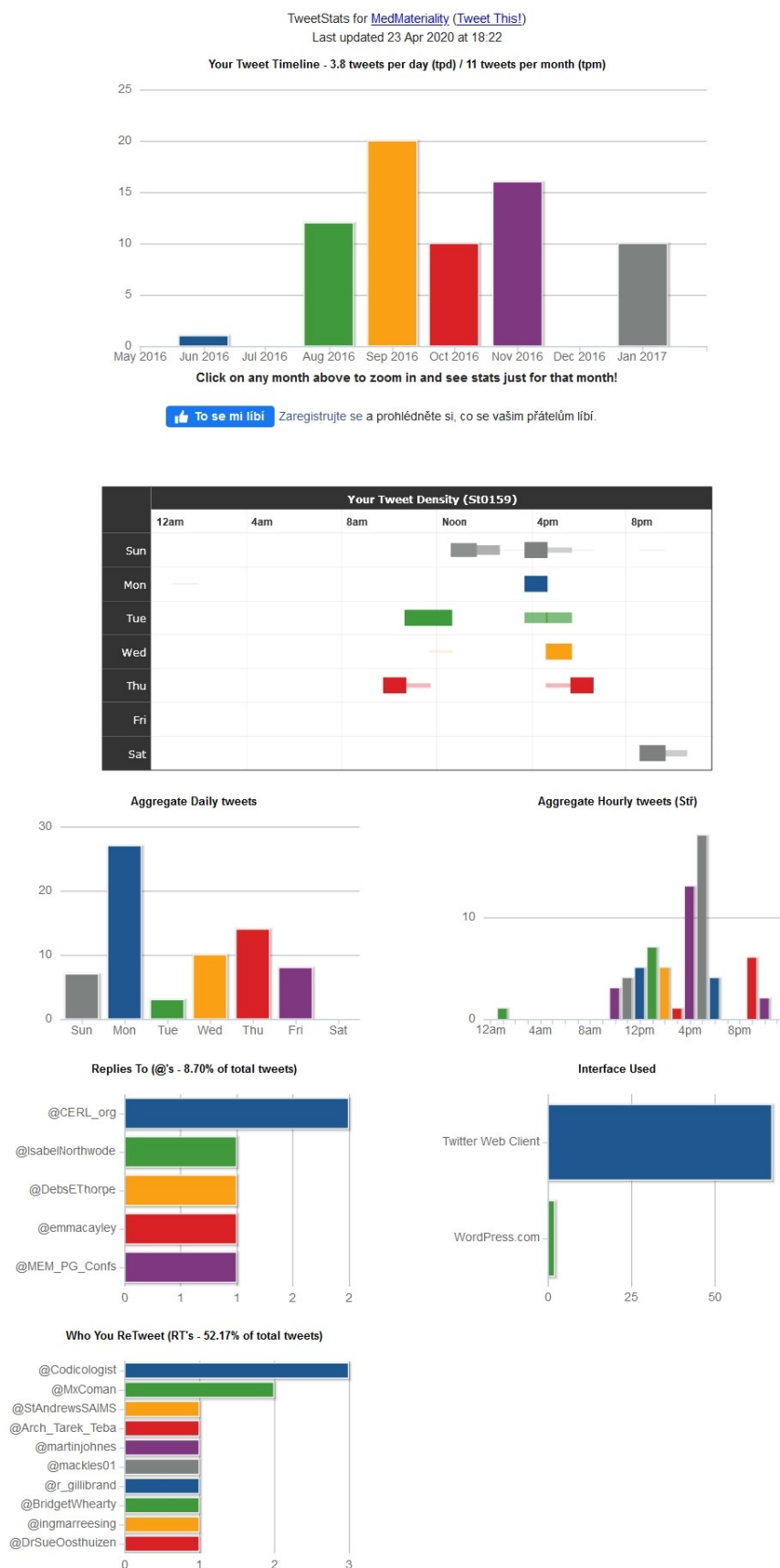
Příloha č. 17: Medievalilluminators: @jf_illuminator



Příloha č. 18: Medieval Manuscripts: @BLMedieval



Příloha č. 19: Medieval Materiality: @MedMateriality



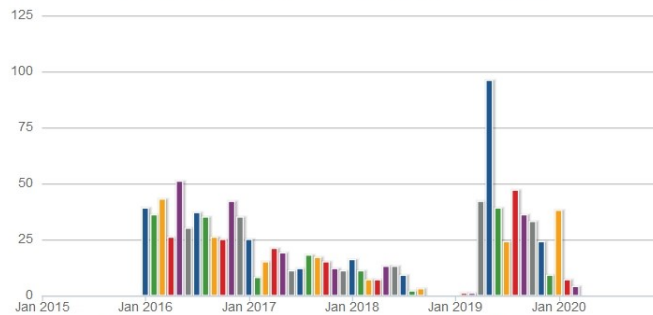
Příloha č. 20: MS Collaboration Hub: @collaborationms



Příloha č. 21: OBNS: @oldbooksnewsci

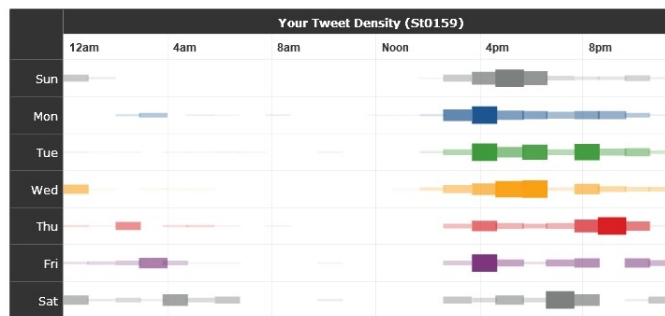
TweetStats for [oldbooksnewsci](#) ([Tweet This!](#))
Last updated 23 Apr 2020 at 18:26

Your Tweet Timeline - 2.1 tweets per day (tpd) / 23 tweets per month (tpm)

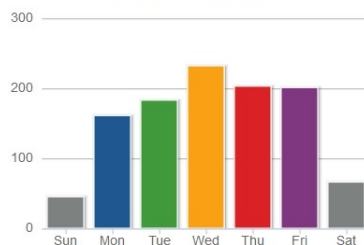


Click on any month above to zoom in and see stats just for that month!

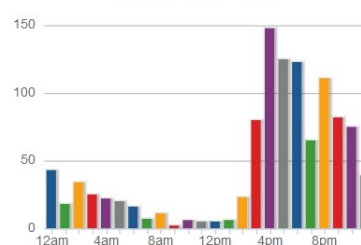
[To se mi líbí](#) Zaregistrujte se a prohlédněte si, co se vašim přátelům líbí.



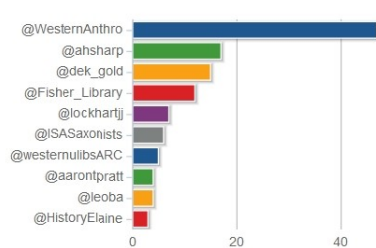
Aggregate Daily tweets



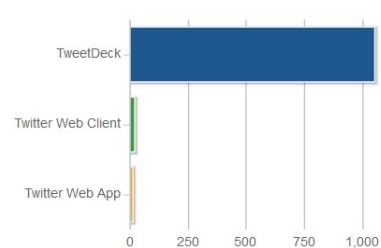
Aggregate Hourly tweets (St)



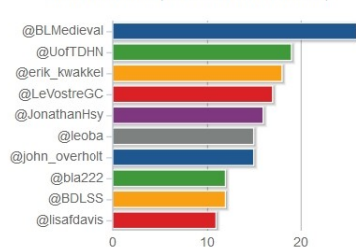
Replies To (@'s - 14.48% of total tweets)



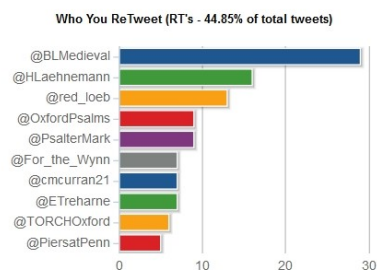
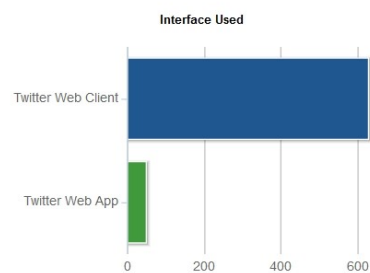
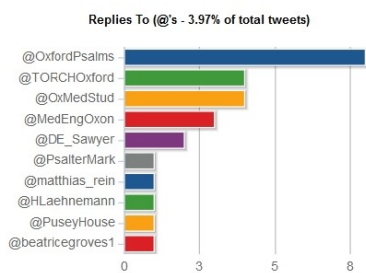
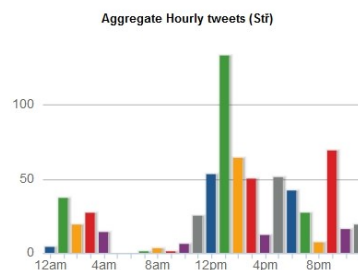
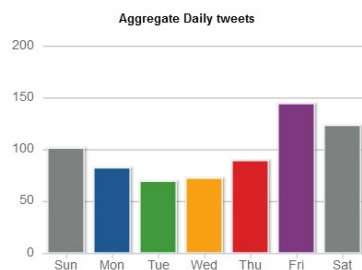
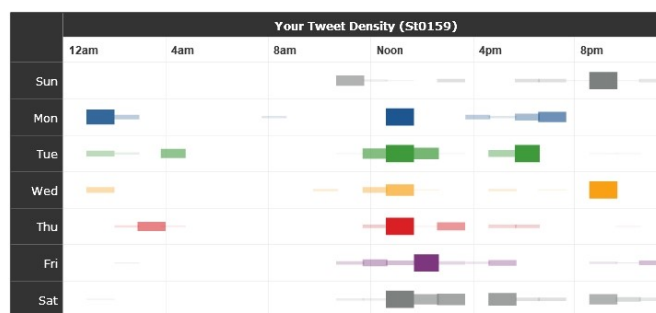
Interface Used



Who You ReTweet (RT's - 61.23% of total tweets)



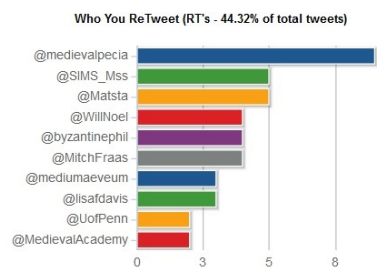
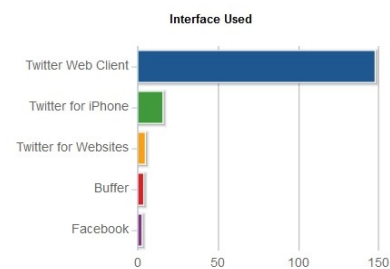
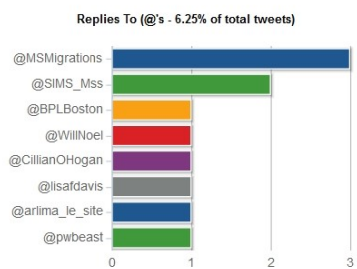
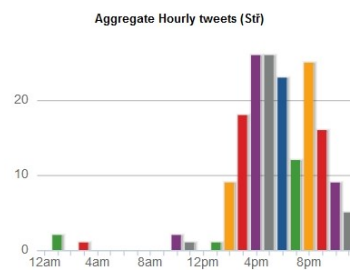
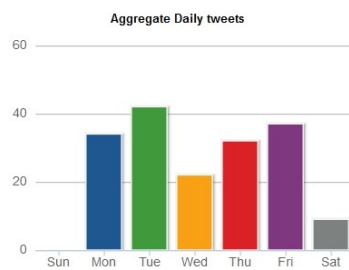
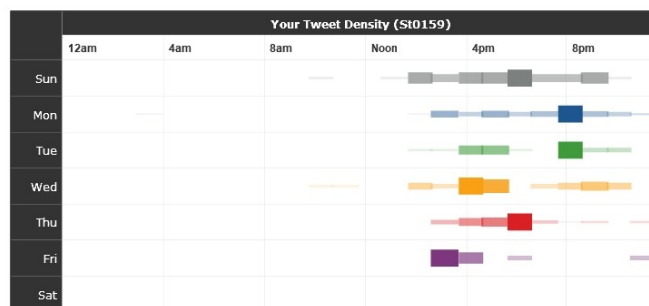
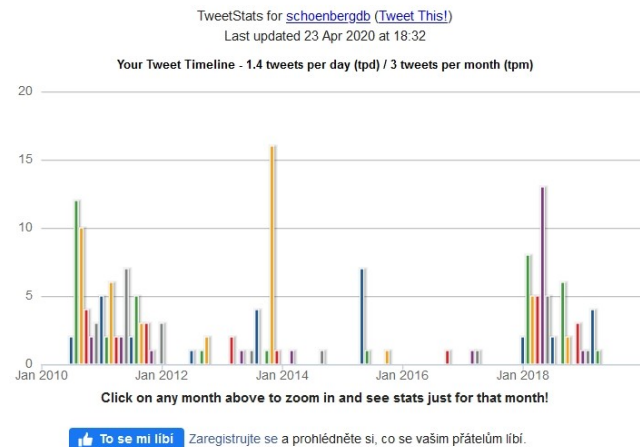
Příloha č. 22: OxfordPsalmsNetwork: @OxfordPsalms



Příloha č. 23: Schoenberg Institute: @SIMS_Mss



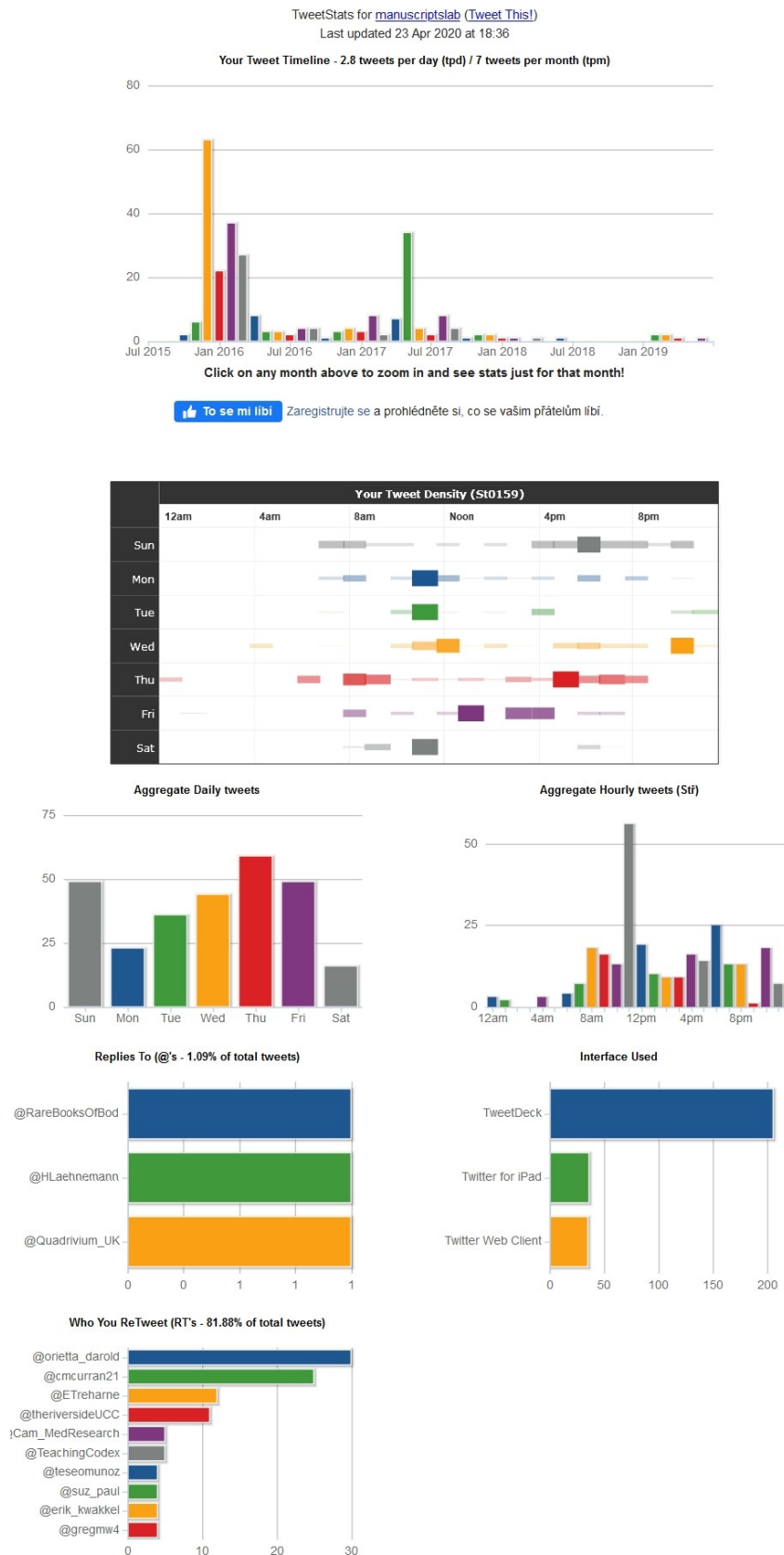
Příloha č. 24: SDBM: @schoenbergdb



Příloha č. 25: Teaching the Codex: @TeachingCodex

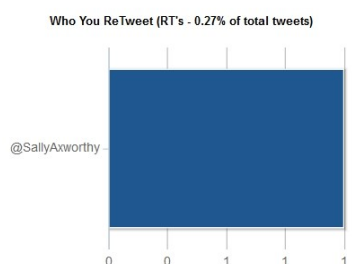
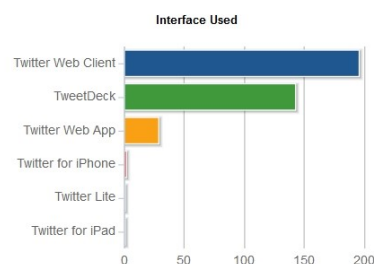
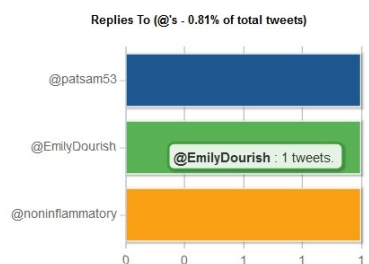
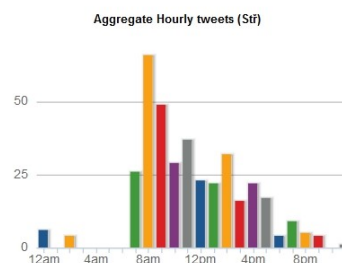
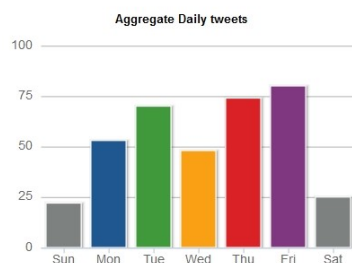
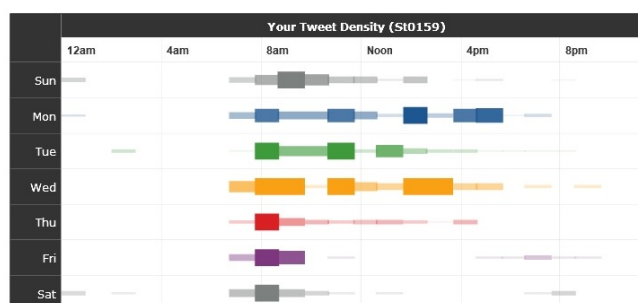
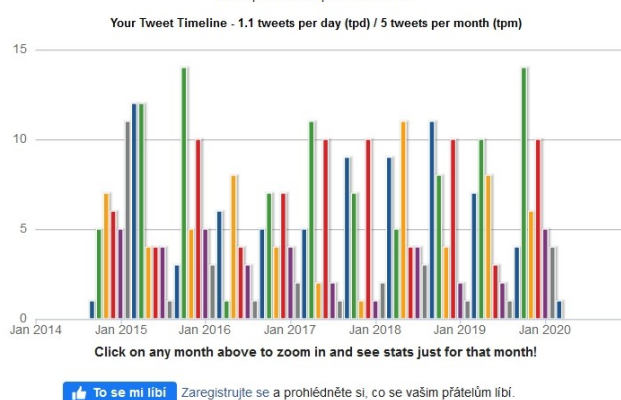


Příloha č. 26: TheManuscriptsLab: @manuscriptslab



Příloha č. 27: VaticanLibrary @vaticanlibrary

TweetStats for [vaticanlibrary](#) ([Tweet This!](#))
Last updated 23 Apr 2020 at 18:37



Příloha č. 28: WaltersManuscripts @MedievalMss

